SETH GODIN

Bestselling author of *Purple Cow* and *Small is the New Big*

the dip

Điểm thử thách

Người thông minh biết lúc nào dừng
và khi nào kiên định theo đuổi

First News

NHÀ XUẤT BẢN TỔNG HỢP
THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Duong Kobo's Book Club

Tủ sách Kỹ thuật số
dành cho
Kindle & Kobo

SCAN TO JOIN

SETH GODIN

Biên dịch: Tiến Đình - Khánh Vân - Giang THủy

ĐIỂM THỬ THÁCH

FIRST NEWS

Chịu trách nhiệm xuất bản:
NGUYỄN MINH NHỰT

Biên tập: An My
Trình bày: Trương Tiến Nhật
Bìa: Nguyễn Hùng
Sửa bản in: Hòa Bình
Thực hiện: First News – Trí Việt

NHÀ XUẤT BẢN TRẺ

161B Lý Chính Thắng - Q.3 - TP. HCM

ĐT: 39316211 - Fax: 38437450

In 3.000 cuốn, khổ 13 x 20,5 cm tại Công ty Cổ phần Thương mại In Phương Nam (160/12 Đội Cung, Q. 11, TP. HCM). Giấy đăng ký KHXB số 98-2011/CXB/96-07/Tre ngày 20/01/2011-QĐXB số 13B/QĐ-Tre cấp ngày 15/02/2011. In xong và nộp lưu chiểu quý III/2011.

Lời giới thiệu

Lối suy nghĩ cũ không còn thích hợp với thế giới đương đại – thế giới của những thử thách, cơ hội và vô số sự lựa chọn. Ngày nay, người chiến thắng là người *dám từ bỏ*, và người *biết từ bỏ sẽ giành chiến thắng*.

Đối với bất kỳ sự việc nào – bắt tay vào thực hiện một dự án, một công việc, chơi một môn thể thao ưa thích hay thành lập một công ty... - giai đoạn khởi đầu bao giờ cũng đầy hứng khởi. Nhưng sau đó, niềm say mê ban đầu dần mất đi và thay vào đó là những khó khăn, thử thách. Bạn cố gắng, cố gắng liên tục, cho đến khi bạn tự hỏi: Liệu những nỗ lực của mình có được đền đáp xứng đáng không? Đó chính là lúc bạn thấy tương lai mịt mù, thấy những nỗ lực của mình gần như vô nghĩa. Tác giả Seth Godin gọi thời điểm đó là *Điểm thử thách* - đó có thể là giai đoạn khó khăn tạm thời mà chỉ cần kiên trì, bạn sẽ vượt qua, nhưng cũng có thể đó là ngõ cụt mà dù có cố gắng thế nào thì bạn cũng không thay đổi được gì.

Theo tác giả, điểm khác biệt giữa những người thành công với những người bình thường là khả năng thoát khỏi *điểm chết* một cách ngoạn mục, đồng thời họ cũng là những kẻ "khó chơi" - sẽ đeo bám đến cùng nếu đó là mục tiêu thật sự xứng đáng.

Người chiến thắng là người biết từ bỏ nhanh gọn, dứt khoát, không hối tiếc ngay khi phát hiện điểm dừng xứng tầm. Thực tế, người chiến thắng là người chủ động *săn lùng điểm thử thách* chứ không để *điểm thử thách* chế ngự. Họ nhận ra rằng thử thách càng lớn, chiến thắng càng huy hoàng. Vì vậy họ biết rằng nếu trở thành người đứng đầu trong lĩnh vực chuyên môn của mình, họ sẽ nhận được những phần thưởng xứng đáng, những lợi ích lâu dài.

Nếu có lúc bạn cảm thấy mất phương hướng, hay phải đứng trước những lựa chọn đầy chông chênh, thì đó chính là lúc bạn đối diện

với *điểm thử thách* . Khi đó, hoặc là bạn dám mạnh dạn từ bỏ tất cả để đi tìm cho mình một *điểm thử thách* xứng đáng được chinh phục, hoặc bạn sẽ bị kẹt lại trong một ma trận không lối thoát.

Dù bạn là ai và đang hoạt động trong lĩnh vực nào đi nữa thì trong trường hợp bạn phải đối diện với *điểm thử thách* , cuốn sách nhỏ này sẽ tiếp thêm động lực để bạn vượt qua *điểm thử thách* hứa hẹn nhiều phần thưởng giá trị về sau. Còn nếu đó là một *điểm thử thách* không đáng để bạn phải hao tâm tổn sức, cuốn sách sẽ giúp bạn có thêm dũng khí để từ bỏ, để rồi bạn sẽ gặt hái thành công ở một sân chơi khác.

Seth Godin không giúp bạn đưa ra đáp án cho mọi tình huống, mà ông sẽ hướng dẫn bạn cách đặt những câu hỏi giá trị để có những quyết định đúng đắn.

Việc trở thành vị trí số một thế giới từ lâu không được xem trọng

Đối mặt với cảm giác muốn bỏ cuộc

Hầu như ngày nào tôi cũng có cảm giác muốn từ bỏ tất cả. Tất nhiên không phải lúc nào cũng vậy, nhưng đây là tâm trạng khá thường xuyên.

Tôi dám chắc bạn cũng từng trải qua những thời điểm như vậy. Nếu thuộc tuýp người thích chinh phục những mục tiêu tầm cao và đang đọc cuốn sách này, chắc chắn bạn là người quen đối đầu với khó khăn.

Trong hầu hết các trường hợp, chúng ta ứng phó với khó khăn bằng cách kiên trì theo đuổi đến cùng. Những lúc cảm thấy nhụt chí, ta lại vin vào những câu danh ngôn, chẳng hạn như câu nói của Vince Lombardi(1): "Kẻ bỏ cuộc không bao giờ thành công và người thành công thì không bao giờ bỏ cuộc". Một lời khuyên tệ hại vô cùng. Thực tế, những người thành công vẫn thường xuyên bỏ cuộc. *Vấn đề là họ biết từ bỏ đúng việc, đúng thời điểm.*

1 Vincent Thomas Lombardi (1913 – 1970): Huấn luyện viên bóng đá người Mỹ.

Ai cũng có lúc phải bỏ cuộc. Chỉ có điều họ không đạt được thành công sau quyết định từ bỏ đó. Trên thực tế, có nhiều ngành nghề và thị trường thu được lợi nhuận khổng lồ từ những người bỏ cuộc.

Có lẽ bạn sẽ bất bình khi biết rằng có cả một cơ cấu khuyến khích con người hãy từ bỏ. Nhưng nếu bạn hiểu rõ về cái hố sâu đã níu chân rất nhiều người (tôi gọi nó là Điểm thử thách), bạn sẽ có

động lực để vượt qua thời điểm khó khăn đó và tiến gần hơn đến thành công.

Quyền lợi thuộc về những ai có khả năng vượt trội so với những người khác.

Quyền lợi cũng thuộc về những ai dám từ bỏ cái mình chưa mạnh để tập trung vào lĩnh vực sở trường của mình.

Cả hai trường hợp trên đều đề cập đến nỗ lực trở thành một cá nhân xuất sắc trong một lĩnh vực nào đó. Đó là quá trình vượt qua khó khăn để đến được bờ bên kia của sự thành công.

Hãy từ bỏ thứ không dành cho mình.

Theo đuổi mục tiêu xứng tầm.

Can đảm chọn lựa một trong hai con đường trên.

Trở thành cá nhân xuất sắc

Nhiều người nghĩ Hannah Smith là một phụ nữ rất may mắn. Hannah là thư ký phụ trách soạn thảo các văn bản luật tại Tòa án tối cao. Cô là điển hình của việc lựa chọn trở thành một cá nhân xuất sắc.

Năm ngoái, hơn 42.000 học viên tốt nghiệp đại học Luật ở Mỹ và 37 trong số đó được nhận vào lớp đào tạo thư ký ở Tòa án tối cao.

Hẳn nhiên 37 ứng viên sáng giá này sẽ được đảm bảo có một công việc ổn định sau khi hoàn thành một năm tập sự ở Tòa án. Ngoài lương căn bản, những công ty luật hàng đầu thường trả một khoản tiền cộng thêm trị giá 200.000 đô-la hoặc hơn cho bất cứ nhân viên nào được tuyển dụng vào vị trí thư ký tòa án. Sau một thời gian làm việc, thư ký tòa án sẽ có cơ hội trở thành thẩm phán hoặc thượng nghị sĩ.

Trong trường hợp của Hannah, có hai điều cần lưu ý. Trước tiên, thành công Hannah Smith có được hoàn toàn không phải do may mắn như mọi người vẫn nghĩ. Cô sẽ không thể thành công nếu không có một trí tuệ sắc sảo, sự chuyên tâm và lòng tận tụy.

Vậy điều thứ hai là gì? Đó là trong số 42.000 người tốt nghiệp đại học Luật năm đó, bất kỳ ai cũng có thể có được công việc của Hannah nhưng họ đã để vuột mất cơ hội. Nguyên nhân thất bại không phải vì họ không đủ thông minh hay do xuất thân từ gia

đình không tương xứng, mà vấn đề nằm ở chỗ họ đã bỏ cuộc. Bỏ cuộc ở đây không là bỏ học mà là họ từ bỏ quyết tâm trở thành cá nhân xuất sắc chỉ vì họ nghĩ rằng cái giá phải trả để có được công việc như ý là quá lớn.

Quyển sách nhỏ này nói về một chủ đề rất quan trọng: Quyết định từ bỏ. Cho dù bạn tin hay không thì việc từ bỏ vẫn là một chiến lược tuyệt vời, một cách khôn khéo để xoay chuyển cuộc đời và sự nghiệp của bạn. Dẫu vậy, từ bỏ đôi khi cũng là một sai lầm. Vậy thì vấn đề là làm thế nào để biết tại thời điểm đó chúng ta có nên từ bỏ hay không?

Dù là một người thông minh, tận tụy trong công việc nhưng Hannah Smith cũng từng biết thế nào là bỏ cuộc. Để đạt được những thành công hiện tại, Hannah đã từ bỏ nhiều mục tiêu khác. Thật sự bạn không thể ôm đồm tất cả mọi thứ, đặc biệt là khi bạn có ý định trở thành một cá nhân xuất sắc trong lĩnh vực mình đã chọn.

Tuy nhiên trước khi bắt đầu bàn luận vấn đề này, tôi nghĩ có thể bạn rất hứng thú muốn biết tại sao trở thành một cá nhân xuất sắc trong lĩnh vực nào đó lại quan trọng như vậy.

Giá trị đáng gờm của một cá nhân xuất sắc

Nền văn hóa của chúng ta tôn vinh những siêu sao. Chúng ta trao thưởng cho những sản phẩm, ca khúc, tổ chức hoặc nhân viên ở vị trí đứng đầu. Mức độ chênh lệch giữa những phần thưởng đó cũng khá cao, cụ thể là lợi ích của người ở vị trí đứng đầu cao gấp 10 lần người ở vị trí số 10 và gấp 100 lần người ở vị trí 100.

Chẳng hạn như trong báo cáo của Tổ chức kem quốc tế, 10 loại kem sau có mùi vị được yêu thích nhất:

Vani

Sô-cô-la

Bơ hồ đào

Dâu

Neapolitan

Sô-cô-la bào mỏng

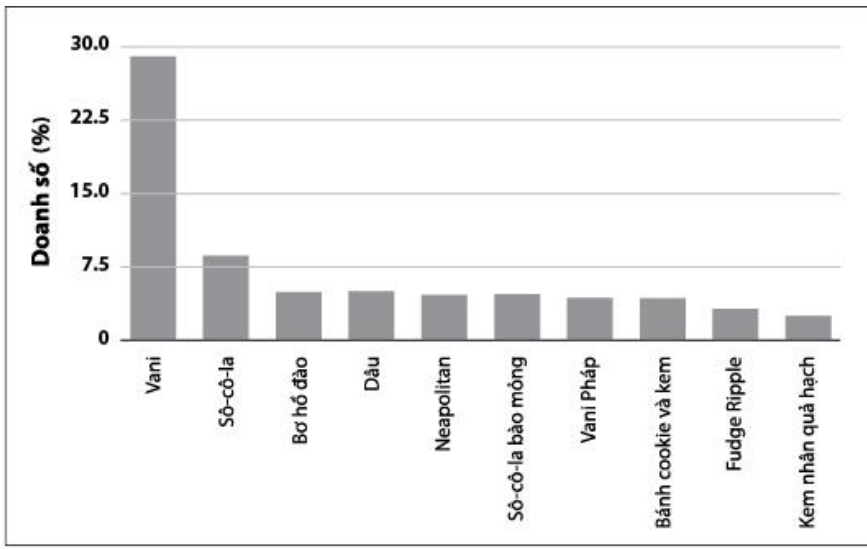
Vani Pháp

Bánh cookie và kem

Fudge Ripple

Kem nhân quả hạch

Thoạt tiên, hẳn bạn sẽ cho rằng những mùi vị xếp hạng cao nhất có doanh số bán chỉ nhỉnh hơn những loại còn lại một chút. Nhưng đây mới là số liệu cụ thể về lượng tiêu thụ:



Thực tế *luôn* như vậy (gần như luôn là như vậy, bất kể hoàn cảnh nào đi nữa). Quy tắc trên được gọi là định luật Zipf và người ta thường áp dụng định luật này để tóm tắt, thống kê tỉ lệ nộp đơn ở các trường đại học, các kỷ lục về doanh thu, các bảng thống kê… Những người thành công thắng lớn vì thị trường luôn ưu ái cho vị trí số 1.

Tiếp theo là một ví dụ khác. Dưới đây là thứ hạng tình hình tiêu thụ vé của một tuần phim khá thất bại vào tháng 8 năm 2006:

1. Invincib le

2. Talladega Nights: The Ballad of Ricky Bobby

3. Little Miss Sunshine

4. Beerfest

5. World Trade Center

6. Accepted

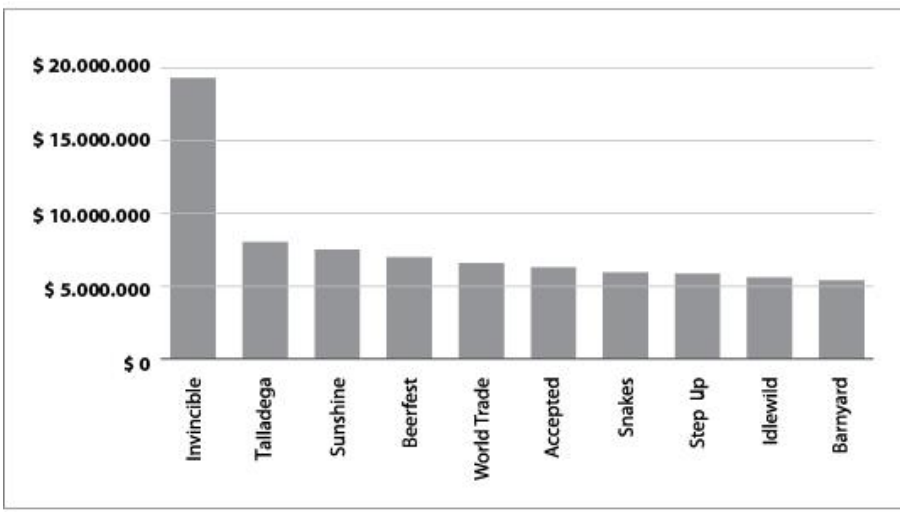
7. Snakes on a Plane

8. Step Up

9. Idlewild

10. Barnyard

Chẳng có gì đáng tiếc cho bộ phim hài dở tệ *Beerfest.* Dù được xếp hạng tư nhưng hãy nhìn biểu đồ doanh thu của nó so với những bộ phim còn lại:



Nếu đã đọc tác phẩm *Cái Đuôi Dài* (2) *(The Long Tail)* của Chris Anderson thì hẳn bạn sẽ không cần biết đến những thông tin này. Nhưng ngay lúc này, tôi không quan tâm đến lợi nhuận lâu dài, tôi chỉ muốn cho bạn thấy một khởi đầu ngắn, mang tính quyết định có thể mang lại nhiều lợi nhuận như thế nào. Bạn sẽ thấy rằng luôn có một thị phần hấp dẫn cho những người đứng đầu trong mọi danh sách.

2 *Cái đuôi dài là cách nói tượng hình về biểu đồ số lượng bán của một sản phẩm theo thời gian. Luận điểm này cho rằng "phần đuôi" (tuy thấp) của một sản phẩm có đuôi dài cũng đem lại lợi nhuận không kém "phần đầu" (cao, nhưng không lâu) của sản phẩm khi mới tung ra thị trường.*

Lý do vị trí số một luôn có tầm ảnh hưởng lớn

Chúng ta không có nhiều thời gian để trải nghiệm tất cả các sự lựa chọn, càng không muốn mạo hiểm đối với những quyết định của mình. Vì thế, giả sử bạn phát hiện mình bị ung thư, chắc chắn bạn sẽ không muốn gặp hết bác sĩ này đến bác sĩ khác, mà sẽ đến thẳng người giỏi nhất.

Khi đặt chân đến một thành phố mới, bạn sẽ vào ăn ở một nhà hàng bình dân hay sẽ hỏi bảo vệ của khách sạn xem nhà hàng nào đắt khách nhất?

Khi tuyển thành viên mới cho nhóm làm việc của mình, bạn sẽ yêu cầu người quản lý hồ sơ đưa cho bạn tất cả các bản lý lịch, hay nhờ anh ta lọc trước, chỉ chọn cho bạn những người giỏi nhất?

Vì không có đủ thời gian, sức lực để thử nghiệm tất cả nên chúng ta cố tình thu hẹp các sự lựa chọn bằng cách chỉ chú ý đến những cái tên đứng đầu danh sách.

Bạn không phải là người duy nhất tìm kiếm sự lựa chọn tốt nhất cho mình. Hầu như ai cũng vậy. Do vậy mà phần thưởng dành cho sự lựa chọn hàng đầu vô cùng lớn. Sự chênh lệch giữa vị trí dẫn đầu với các vị trí còn lại không phải là một đường thẳng giảm dần trên biểu đồ. Đó là một đường cong và hơn nữa lại là một đường cong rất dốc.

Lý do (thật sự) về tầm ảnh hưởng của vị trí dẫn đầu

Lý do thứ hai khiến những vị trí hàng đầu luôn được hưởng những lợi ích khổng lồ có phần tinh tế hơn: đó là vị trí đó chỉ có chỗ cho một vài cá thể thật sự xuất sắc. *Sự khan hiếm làm cho vị trí đỉnh cao trở nên đáng giá.* Có cả hàng trăm hãng nước đóng chai gần như giống nhau hoàn toàn, do đó chúng ta không đi loanh quanh trong cửa hàng chỉ để tìm mua một chai nước. Khái niệm đỉnh cao cho nước đóng chai không tồn tại. Nhưng sâm-banh lại là vấn đề khác. Nhãn hiệu Dom Pérignon gần như luôn thống trị ở vị trí cao nhất, vì thế chúng ta sẵn sàng trả một cái giá khá cao cho nhãn hàng này.

Vậy sự khan hiếm từ đâu mà có? Nó bắt nguồn từ những cuộc chạy đua trên thị trường, từ sự cạnh tranh và đào thải trong xã hội. Nó xuất phát từ một thực tế rằng hầu hết các đối thủ cạnh tranh bỏ cuộc từ rất sớm trước khi có thể tạo được sức bật lên đỉnh cao. Đó chính là cách tạo chỗ đứng của các cá nhân xuất sắc hay các sản phẩm nổi bật.

Thế nào là sự lựa chọn số 1 thế giới?

Bất cứ ai có ý định tuyển dụng bạn, mua sản phẩm của bạn, đề cử bạn, bỏ phiếu cho bạn, hoặc làm điều mà bạn muốn, đều sẽ đặt ra câu hỏi: bạn có phải là sự lựa chọn số 1 thế giới?

Sự lựa chọn số 1 có nghĩa bạn là ứng viên sáng giá nhất dựa trên những tiêu chí đánh giá của người bình chọn tại thời điểm đó. *Trên thế giới* tức là thế giới dựa trên những quy chuẩn, nhận thức của riêng họ.

Chẳng hạn, nếu tôi cần tìm một cộng tác viên biên tập, tôi muốn có một người thông thạo tiếng Anh, sẵn sàng thực hiện những công việc tôi yêu cầu và đồng ý với mức lương tôi chi trả. Với tôi, đó là *sự lựa chọn số 1 thế giới.* Nếu tôi cần tìm một bác sĩ chăm sóc sức khỏe, sự lựa chọn hoàn hảo cho vị trí này là một vị bác sĩ được bạn bè hoặc đồng nghiệp của tôi tin tưởng giới thiệu, đáp ứng những yêu cầu của tôi về một vị bác sĩ giỏi. Thêm vào đó, vị bác sĩ ấy phải sống trong thành phố tôi đang sống và có một phòng khám đang hoạt động. Như vậy, cách hiểu về khái niệm "*thế giới*" ở đây khá linh hoạt.

Sự độc quyền về thị trường không còn nữa. Không còn một bài hát hay nhất hay một loại cà phê độc chiếm thị trường như trước. Ngày nay có cả triệu thị trường vi mô, nhưng mỗi thị trường vi mô vẫn có cái *tốt nhất.* Nếu thị trường vi mô của bạn là "thị trường hữu cơ ở Tulsa [3]" thì đó chính là thế giới của bạn. Và đạt tới vị trí số một trong thế giới đó chính là cái mà ta hướng tới.

3 Tusla: Thành phố lớn thứ hai của bang Oklahoma, Mỹ.

Khái niệm "*tốt nhất*" ở đây mang tính chủ quan vì tôi (người tiêu dùng) là người quyết định, chứ không phải doanh nghiệp. Khái niệm *thế giới* mang tính vị kỷ, vì nó dựa trên những định nghĩa của tôi chứ không phải của doanh nghiệp. Đó là thế giới theo những tiêu chuẩn của tôi, được tạo ra để thỏa mãn những ý thích của bản thân tôi. Nếu bạn đáp ứng mọi yêu cầu của tôi về một sự lựa chọn số 1 thế giới, tôi sẽ "dâng mình" cho bạn ngay lập tức.

Một mặt, *thế giới* ngày càng rộng lớn hơn vì tôi có thể mở rộng phạm vi tìm kiếm của mình đến khắp mọi "hang cùng ngõ hẻm" để tìm một người hay một thứ tôi cần. Điều đó có nghĩa là sự đa dạng hóa đang diễn ra với tốc độ chóng mặt, hay nói cách khác, tôi có thể tìm thấy thứ mình cần, đáp ứng mọi tiêu chuẩn về "sự lựa chọn số 1 thế giới" của cá nhân tôi ở bất kỳ đâu.

Mặt khác, *thế giới* cũng đang thu hẹp lại vì tất cả các loại hàng hóa, dịch vụ ngày càng được chuyên biệt hóa. Giờ đây tôi có thể tìm thấy loại bánh mì nướng rắc hành tây không chứa gluten hảo hạng khi ở qua đêm trên tàu. Tôi có thể tìm được phần mềm quản lý rủi ro tốt nhất cho việc kinh doanh trên mạng bất kỳ lúc nào tôi thích. Tôi có thể tìm thấy khu bán quần áo tốt nhất ở Bắc Mỹ chỉ sau sáu lần click chuột. Do đó, việc chiếm được vị trí số 1 trở nên quan trọng hơn bao giờ hết và ngày càng trở nên dễ dàng hơn, miễn là bạn chọn được một thị trường đầu tư thích hợp và kiên trì theo đuổi đến cùng. Khả năng thành công của bạn là rất lớn, thành quả đạt được cũng không nhỏ.

Nếu không hứng thú với việc trở thành một cá nhân xuất sắc nhất thì bạn không cần phải đọc phần còn lại của cuốn sách. Còn nếu bạn thật sự mong muốn nhưng lại thất bại thì bạn cần phải bắt đầu bằng việc từ bỏ hướng đi cũ.

Vấn đề về sự vô tận

Vấn đề của sự vô tận là nó đưa ra quá nhiều sự lựa chọn.

Ngày nay, khi quyết định mua một món hàng hay đầu tư vào một thị trường nào đó, bạn sẽ có rất nhiều chọn lựa. Trước thực tế đó, mọi người thường bối rối. Đôi khi họ không biết nên mua thứ gì. Đôi khi họ chọn món rẻ nhất, nhưng đa phần mọi người vẫn chọn những thương hiệu đáng tin cậy trên thị trường. Những quyển sách bán chạy nhất sẽ vẫn có doanh thu vượt trội so với những tựa sách hạng hai. Những trang web xếp hạng cao trên những trang tìm kiếm sẽ có lượt truy cập gấp cả trăm lần những trang web bình thường khác. Những công ty bảo hiểm lớn thường thu hút được nhiều khách hàng chỉ vì đó là công ty lớn.

Số người tìm việc làm ngày càng gia tăng không ngừng. Số lượng các công ty dịch vụ, các hãng luật, các quán cà phê, quán bar, và cả những xí nghiệp sản xuất bột giặt cũng không ngừng gia tăng. Do đó, tốt hơn hết bạn hãy ở vị trí dẫn đầu.

Bạn đã làm hết sức có thể chưa?

Mọi người hài lòng với một vị thế ổn định nhưng vị thế đó lại chưa phải là cái tốt nhất mà họ có thể đạt được. Các công ty cũng vậy. Họ bằng lòng với vị trí trung bình thay vì nỗ lực vươn đến đỉnh cao của thành công.

Nếu bạn không thật sự nỗ lực để trở thành một cá nhân xuất sắc thì bạn không phải để tâm đến vấn đề này.

Nếu bạn đang tự nhủ rằng sẽ không có đối thủ nào cạnh tranh với bạn, bạn sẽ không thể có được tầm nhìn của người muốn đạt được thành công thật sự. Bạn cũng đừng nên hy vọng mình là người duy nhất có khả năng chiến thắng.

Các công ty lớn gần như luôn thất bại khi cố gắng thâm nhập vào một thị trường mới, đó là vì họ sẵn sàng nhượng bộ. Họ cho rằng vì công ty họ có tiềm lực lớn nên họ có quyền hài lòng với vị trí hiện tại, không cần nỗ lực nhiều và không cần cải thiện những thứ không thật sự cần thiết. Họ chọn giải pháp thỏa hiệp hoặc hạn chế tối đa sự xuất hiện của mình để tránh xâm phạm đến các công ty đối thủ. Do đó họ thất bại. Nguyên nhân là vì họ không biết khi nào nên dừng lại và khi nào không nên tự hài lòng với vị trí của mình.

Sai lầm lớn nhất ở trường học

Những kiến thức bạn đã tiếp thu được ở trường phổ thông khác xa với hiện thực cuộc sống. Một trong những sai lầm lớn nhất mà nhà trường gieo vào tư tưởng của học sinh là: Bí quyết để thành công là có nhiều điểm số tốt.

Với hai điểm A, một điểm B+ và ba điểm B, bạn là một học sinh khá. Nếu một cậu bé mang một điểm A+ và bốn điểm C về nhà thì chắc chắn cậu sẽ gặp rắc rối lớn với các bậc phụ huynh.

Giờ đây, sau vài chục năm rời ghế nhà trường, hãy nghĩ về những quyết định của bạn hôm nay, chẳng hạn như việc chọn bác sĩ, đặt nhà hàng hay việc thuê nhân viên kế toán. Đã bao nhiêu lần bạn thuê một người có năng lực trong những lĩnh vực này nhưng lại chấp nhận làm việc ở một lĩnh vực khác? Đã bao nhiêu lần bạn mong muốn nhân viên kế toán của mình có khả năng kiêm luôn những nhiệm vụ không thuộc sở trường của anh ta, chẳng hạn như lái xe hoặc là một tay chơi gôn cự phách?

Trong thị trường tự do, chúng ta tôn vinh những người xuất sắc.

Trong trường học, chúng ta dạy những đứa trẻ rằng khi gặp phải một bài toán quá khó, hãy bỏ qua và tập trung vào bài tập tiếp theo, rằng chúng ta không phải phí phạm thời gian trèo lên cây trong khi có những quả chín đang đung đưa ngay trước mắt.

Trong một cuốn sách hướng dẫn kỹ năng làm bài kiểm tra có viết: Hãy đọc lướt qua các câu hỏi và trả lời những câu dễ trước, tạm bỏ qua những câu mà bạn chưa tìm được lời giải. Đây cũng là một lời khuyên rất tệ. Những người giỏi thật sự không thể bỏ qua thứ mà họ không biết. Trên thực tế, những người xuất sắc rất giỏi trong việc chinh phục những vấn đề hóc búa. Những ai bỏ qua những câu hỏi khó – con số này không nhỏ – thường không được trọng dụng.

Nhiều công ty luôn nỗ lực chăm chút đến những chi tiết nhỏ nhất – họ có dịch vụ khách hàng, tiếp tân, vị trí thuận lợi, tờ rơi quảng cáo… – nhưng tất cả những dịch vụ đó đều có chất lượng trung bình. Thường thì thành công không đến với họ, mà lại đến với những công ty đối thủ. Tuy họ không xuất hiện trên một số lĩnh vực nhưng họ lại thật sự xuất sắc trong những lĩnh vực quan trọng.

Sự kỳ diệu của ý định từ bỏ

Hai mươi năm trước, tôi đọc được một quyển sách đã thay đổi cuộc đời tôi. Đó là quyển *The Magic of Thinking Big* (*Ma lực của ý*

tưởng lớn). Tôi thực sự không còn nhớ bất cứ nội dung nào trong cuốn sách cả. Điều khiến tôi nhớ mãi đó là trong một khoảnh khắc, tập sách đã thay đổi cách nghĩ của tôi về sự thành công.

Tôi hy vọng khi đọc những trang tiếp theo của quyển sách này, bạn cũng sẽ cảm thấy như vậy. Tôi mong muốn bạn sẽ có cái nhìn khác về thành công (và cả việc từ bỏ).

Hầu hết mọi người sẽ nói với bạn rằng cần phải kiên trì theo đuổi mục tiêu đến cùng – cố gắng nhiều hơn, dành thêm nhiều thời gian hơn, luyện tập nhiều hơn và làm việc chăm chỉ hơn. Người ta luôn kêu gọi "Đừng bỏ cuộc!". Nếu chỉ cần kiên trì không bỏ cuộc ắt sẽ dẫn đến thành công thì tại sao những cá nhân kém năng lực hơn bạn lại chiến thắng?

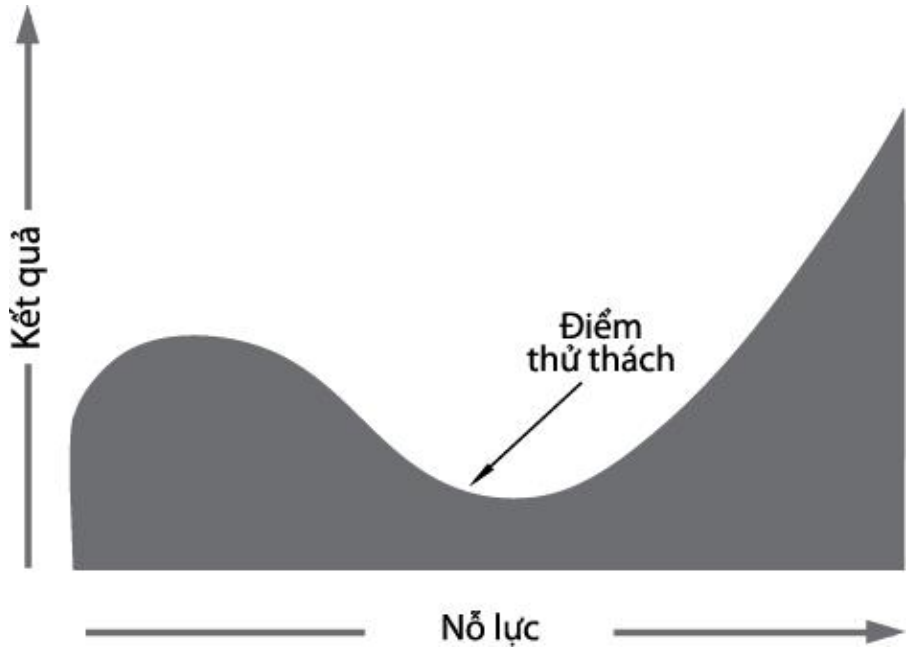
Dù bạn tin hay không, tôi vẫn khẳng định thành công liên quan đến kỹ năng từ bỏ. Điều này có nghĩa là nếu muốn thành công, bạn phải biết từ bỏ càng nhiều càng tốt những việc không mang lại hiệu quả tối ưu.

Chiến lược từ bỏ là bí quyết của những công ty thành đạt. Những người bỏ cuộc trong thế bị động cũng như những người theo đuổi mục tiêu trong vô vọng đều không thể có được điều họ muốn. Hầu hết mọi người chỉ chọn giải pháp từ bỏ khi mọi chuyện trở nên tồi tệ, còn khi không muốn thừa nhận mình là kẻ thất bại, họ cố theo đuổi mục tiêu.

Có 2 dạng sơ đồ chính có thể đại diện cho hầu hết các trường hợp có thể xảy ra khi bạn cố gắng vượt qua một trở ngại nào đó (vài sơ đồ nhỏ khác sẽ diễn tả phần còn lại). Khi hiểu được những hoàn cảnh khác nhau dẫn đến việc phải từ bỏ, bạn đã đạt được bước đầu tiên của quá trình chinh phục mục tiêu.

Đường cong số 1: Điểm thử thách

Trên con đường dẫn đến thành công thường xuất hiện những điểm thử thách. Điều đó được minh họa trong sơ đồ sau:



Đầu tiên, khi bạn mới bắt đầu làm một việc gì đó – chẳng hạn như tập chơi gôn, học châm cứu, lái máy bay hoặc nghiên cứu hóa học – mọi thứ có vẻ rất thú vị, rất hấp dẫn. Hơn nữa, bạn còn nhận được lời khen ngợi từ mọi người. Sau đó vài ngày hoặc vài tuần, tốc độ tiếp thu nhanh giúp bạn tiếp nhận kiến thức mới một cách dễ dàng.

Và rồi điểm thử thách xuất hiện.

Đó là quãng thời gian dài vất vả nằm giữa điểm khởi đầu và thời điểm trước khi bạn thành thạo một lĩnh vực nào đó, nhưng nó cũng được xem là một lối đi tắt vì có thể đưa bạn đến đích nhanh hơn mọi con đường nào khác.

Giữa điểm khởi đầu và thời điểm trước khi bạn trở thành một thợ lặn thực thụ, một vận động viên trượt ván chuyên nghiệp, một nhà thiết kế thời trang danh tiếng hay một cá nhân xuất sắc trong lĩnh vực nào đó, bạn sẽ phải đối mặt với *điểm thử thách.*

Có thể hiểu *điểm thử thách* là một tập hợp những chướng ngại vật để chọn lọc những người xuất sắc.

Nếu bạn từng vượt qua môn hóa hữu cơ trong trường đại học, tôi nghĩ bạn đã trải nghiệm qua *điểm thử thách.* Có lẽ bạn cũng biết chỉ những học viên xuất sắc cả về năng lực lẫn phẩm chất mới được vào trường Y. Do đó, tại các học viện, người ta đã đề ra một

quá trình chọn lọc rất khắt khe để tuyển chọn các bác sĩ ưu tú cho tương lai. Hóa hữu cơ là một "màng lọc" rất hữu hiệu. Nếu bạn không thể vượt qua lớp hóa hữu cơ, bạn không thể vào học trường Y.

Ban đầu, khi đậu vào lớp dự bị y khoa, bạn nhận được những lời khen ngợi cùng sự khích lệ từ mọi người. Không bao lâu sau, khi vào học lớp hóa hữu cơ, bạn chợt nhận ra mình không có cơ hội trở thành một sinh viên y khoa chính thức.

Một ví dụ khác, tại một hội chợ thương mại, có rất nhiều công ty cố gắng thâm nhập vào một ngành công nghiệp được đánh giá là có nhiều tiềm năng. Họ đã đầu tư thời gian và tiền bạc để tạo ra sản phẩm, xây dựng một đội ngũ marketing và thuê gian hàng triển lãm. Tất cả đều hy vọng sẽ thâm nhập được vào thị trường màu mỡ này. Nhưng một năm sau đó, gần như không công ty nào trở lại hội chợ thương mại đó nữa. Họ đã thất bại khi không thể vượt qua điểm thử thách.

Những người mơ ước đến vị trí giám đốc điều hành một tập đoàn gồm 500 công ty lớn nhỏ cũng ở trong tình trạng tương tự. Ai lại không muốn sống như một ông hoàng thời hiện đại, sở hữu máy bay phản lực riêng, những câu lạc bộ dành cho giới thượng lưu và có quyền quyết định mọi thứ? Tuy nhiên, nếu tìm hiểu lý lịch của một giám đốc được xem là tấm gương điển hình của nhà kinh doanh thành đạt, bạn sẽ thấy rằng ông đã phải trải qua một điểm thử thách kéo dài 25 năm trước khi thật sự thành công. Trong một phần tư thế kỷ, ông phải chấp nhận những công việc không xứng với khả năng của mình, nhún nhường và tuân theo quyết định của người khác. Trong suốt những năm ấy, ngày này qua ngày khác, ông kiên trì tìm mọi cách đạt được chỉ tiêu đề ra, làm việc ngoài giờ và cố gắng làm hài lòng cấp trên.

Làm giám đốc điều hành của một công ty hay tập đoàn kinh doanh nào đó không khó. Cái khó là để trở thành một giám đốc như thế, bạn sẽ phải đối mặt với một điểm thử thách cực lớn. Nếu quá trình đó thật đơn giản và dễ dàng thì đã có rất nhiều người lao vào vị trí đó và các giám đốc đã không được trả lương cao như vậy. Nên nhớ rằng sự khan hiếm tạo nên giá trị. Nếu không có điểm thử thách, sẽ không tồn tại sự khan hiếm.

Những người thành đạt không tránh né điểm thử thách. Họ không dừng lại hay để điểm thử thách đó chế ngự. Họ lao vào điểm thử thách để tìm kiếm thành công. Họ nỗ lực nhiều hơn, thay đổi những lối mòn để tạo nên những bước đột phá. Nhận ra

mình đang ở điểm thử thách không có nghĩa là bạn phải chấp nhận sống chung với nó. Một khi bạn đã nỗ lực thay đổi nó thì không điểm thử thách nào có thể tồn tại mãi.

Đường cong số 2: Ngõ cụt (The Cul-de-Sac)

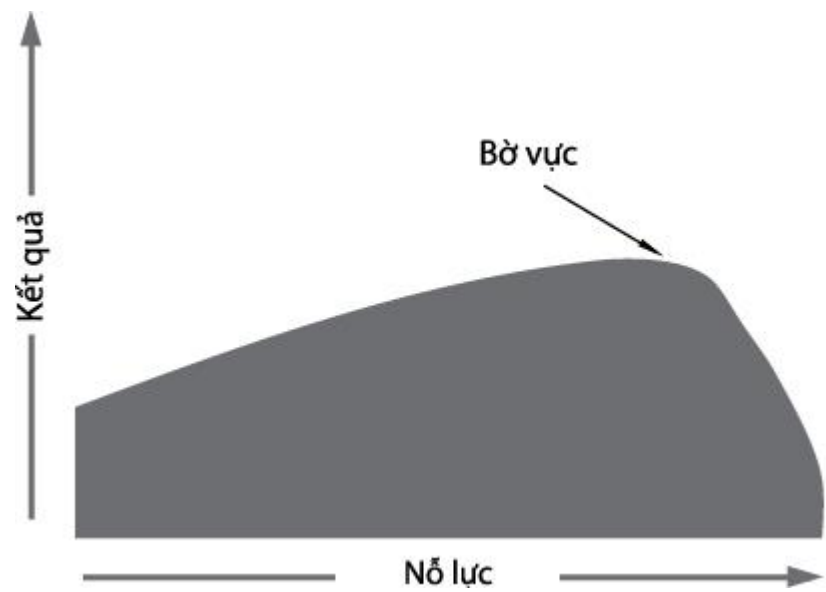
Không khó để bạn hình dung như thế nào là một ngõ cụt. Đó là khi dù bạn nỗ lực hết sức mình cũng không mang lại kết quả nào đáng kể. Tình hình không khá hơn lên cũng không tệ đi mà chỉ giậm chân tại chỗ - đó là lúc bạn đang lâm vào ngõ cụt.

Điều quan trọng nhất bạn cần phải nhớ là khi nhận thấy có những dấu hiệu đầu tiên cảnh báo rằng con đường bạn đang đi sẽ dẫn đến ngõ cụt, hãy thoát khỏi đó thật nhanh. Bởi vì ngõ cụt sẽ triệt tiêu mọi cơ hội của bạn. Chi phí cơ hội khi bạn đầu tư cuộc đời mình vào một tương lai không có gì đảm bảo như vậy là quá cao.

Như vậy, hai đường cong điển hình là: *Điểm thử thách* và *Ngõ cụt* (ngoài ra, còn một bờ vực mà bạn sẽ thấy bên dưới). Bạn chỉ nên kiên trì với những điểm thử thách ẩn chứa nhiều cơ hội phát triển và từ bỏ ngõ cụt để tập trung nguồn lực của mình vào những việc xứng tầm. Rất đơn giản phải không?

Đường cong số 3: Bờ vực (hiếm nhưng rất đáng sợ)

Các nhà sản xuất đã tái thiết kế để biến thuốc lá thành một sản phẩm có khả năng gây nghiện đáng sợ. Nếu bạn vẽ một sơ đồ về cảm giác hưng phấn khi hút thuốc, nó sẽ giống như sau:



Ngoại trừ giai đoạn xuống dốc ở thời kỳ cuối (hay còn gọi là thoái trào) thì kinh doanh thuốc lá là giấc mơ đã thành sự thật của các nhà doanh nghiệp. Những ai đã nghiện thuốc lá rồi thì rất khó từ bỏ thói quen này. Càng hút lâu thì cảm giác được tiếp tục hút càng trở nên dễ chịu. Lúc này, việc từ bỏ càng trở nên khó khăn. Tôi gọi đường cong này là bờ vực – đó là khi bạn không thể từ bỏ cho đến khi bạn vấp ngã, và mọi thứ đổ vỡ.

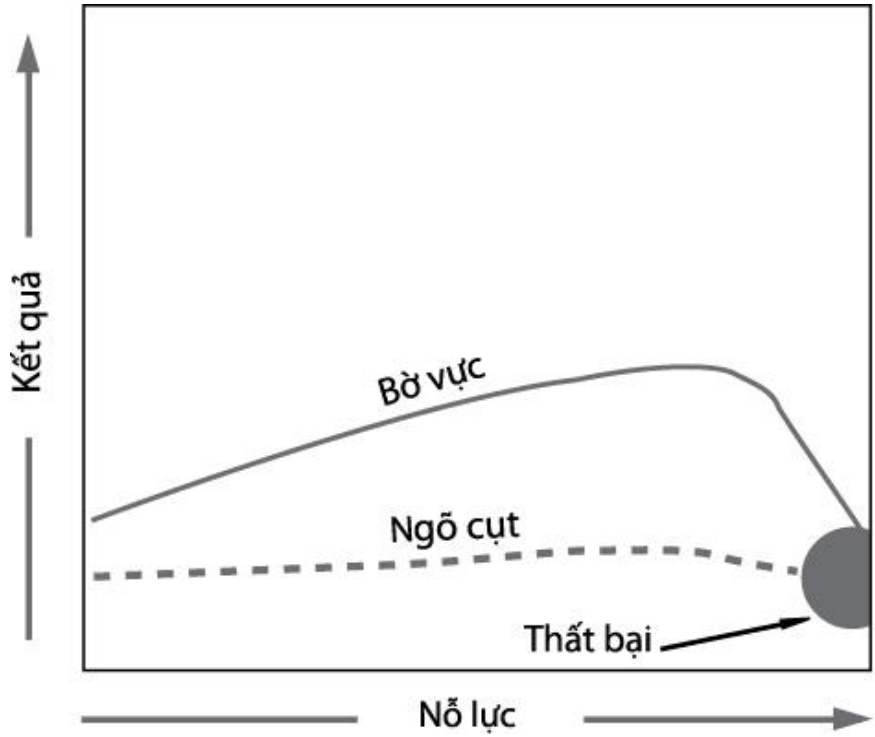
Không có gì đáng ngạc nhiên khi mọi người đều gặp khó khăn với quyết định từ bỏ.

Vấn đề ở đây là công việc bán hàng không giống như hút thuốc lá. Đó cũng không phải là việc lăng-xê ai đó trở thành ca sĩ hay xây dựng một mối quan hệ lâu dài với người bạn quan tâm. Trên thực tế, người ta thường phải đối mặt với hai trường hợp phổ biến – điểm thử thách và ngõ cụt. Nên nhớ rằng điểm thử thách và ngõ cụt là những đường phi tuyến tính. Chúng không làm bạn nuôi mộng bằng những cải thiện nhỏ hàng ngày mà chúng chỉ chực chờ quật ngã bạn.

Điểm thử thách – chướng ngại vật trên con đường dẫn đến thành công

Khi bắt đầu chơi quần vợt, bạn cũng sẽ phải đối mặt với điểm thử thách. Sự khác biệt giữa một người chơi trong câu lạc bộ hạng trung và một tay vô địch khu vực không phải ở năng khiếu bẩm sinh mà chính là khả năng vượt qua điểm thử thách. Trong chính trị, điểm thử thách thường là dấu hiệu của chiến thắng. Trước điểm thử thách là đám đông hăng hái vào cuộc, sau điểm thử thách là số ít những người thật sự tài giỏi. Nói cách khác, điểm thử thách là ranh giới phân chia những *người có khả năng* với những *người xuất sắc.*

Điểm thử thách tạo nên sự khan hiếm, và sự khan hiếm tạo nên giá trị.



Ngõ cụt chấm dứt mọi hy vọng

Bờ vực lúc đầu có vẻ rất hấp dẫn

Nhưng cả hai đều không giúp bạn vượt qua điểm thử thách và đều dẫn đến thất bại.

Ngõ cụt và Bờ vực đều là những đường cong dẫn đến thất bại

Nếu tự nhận thấy mình đang đối mặt với một trong hai đường cong này thì bạn cần phải từ bỏ ngay lập tức. Tôi cho rằng trở ngại lớn nhất để đi đến thành công trong cuộc sống chính là chúng ta không thể từ bỏ những hướng đi sai này kịp lúc.

Rất khó tránh khỏi sẽ có người phàn nàn rằng lời khuyên trong cuốn sách nhỏ này là vô cùng ngu ngốc. Ai cũng cho rằng bí quyết thành công chính là tìm mọi cách để thành công và không bỏ cuộc khi đối mặt với khó khăn.

Bạn không hề biết rằng muốn thành công phải biết từ bỏ. Đó là một tin xấu. Nhưng tin tốt là sếp của bạn và đối thủ cạnh tranh của bạn cũng không biết điều đó.

Tôi cho là bạn *biết* quy tắc trên nhưng tôi đoán là bạn không đủ

dũng khí để áp dụng vào thực tế. Trong trường hợp buộc phải đưa ra một quyết định quan trọng, liệu bạn có từ bỏ những dự án đang tiến hành theo kế hoạch cũ? Hay mọi thứ sẽ dễ dàng hơn nếu không làm rối rắm tình hình, quyết tâm bám trụ lại để tránh những khó khăn khi thay đổi hướng đi? Liệu theo đuổi mục tiêu đến cùng có ý nghĩa gì nếu việc trở thành người giỏi nhất không mang lại lợi ích gì cả? Liệu có phải bạn đang đầu tư quá nhiều thời gian và tiền bạc để có được một cơ hội chiếm lĩnh thị trường chắc chắn? Và nếu trong trường hợp không có đủ thời gian và tiền bạc, bạn có đủ can đảm chọn một thị trường khác nhỏ hơn để chinh phục?

Một khi làm được những việc này, bạn đã thành công.

Điểm thử thách là nơi thành công nảy nở

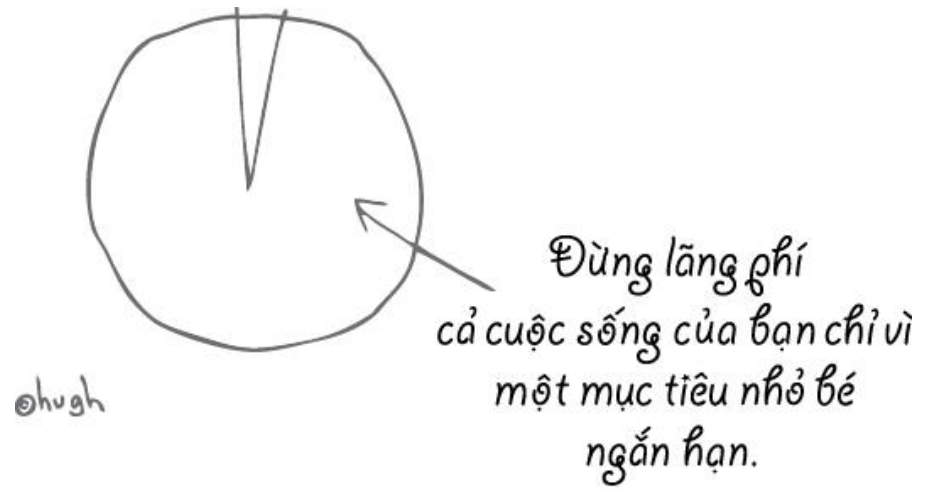
Hãy xem điểm thử thách là đòn bẩy giúp bạn thành công. Những người quyết tâm vượt qua điểm thử thách sẽ trở thành những người xuất sắc. Họ đã can đảm lao vào thử thách thay vì tiếp tục một công việc vừa sức và hài lòng với những gì mình đang có. Người giỏi là người không ngừng chinh phục những điểm thử thách, vươn đến một vị thế cao hơn, bất chấp mọi trở ngại.

Trượt tuyết bằng ván là một môn thể thao thời thượng. Đó không chỉ là một môn thể thao thú vị, giá cả hợp lý mà còn giúp bạn trông rất có phong cách. Vậy thì tại sao lại có rất ít người chơi môn thể thao này? Lý do là để học được các kỹ năng trượt tuyết căn bản, bạn phải tốn không ít công sức vượt qua một điểm thử thách đầy khó khăn. Phải mất nhiều ngày để học cách sử dụng ván, và trong thời gian đó, những vết xây xát do té ngã là điều khó tránh khỏi. Vì vậy, ít người có thể gắn bó với môn thể thao này lâu dài. Thế nên việc nhiều người bỏ cuộc giữa chừng là điều dễ hiểu.

Nếu thật sự *can đảm*, bạn sẽ nỗ lực hết mình để trở thành một tay lướt ván trên tuyết cừ khôi, và bạn sẽ thấy kết quả hoàn toàn khác khi bạn có được mọi quyền lợi của những người hiếm hoi trụ lại sau cùng. Nếu *khôn ngoan*, bạn thậm chí không để tâm đến việc học trượt tuyết trên ván vì bạn biết chắc rằng có nhiều khả năng bạn sẽ không vượt qua được điểm thử thách. Và điều *ngu ngốc* chính là việc bạn đã quyết định theo đuổi môn thể thao này, đầu tư thời gian và tiền bạc để rồi cuối cùng từ bỏ khi gặp điểm thử thách.

Kết quả là một số ít người sẽ quyết tâm trụ lại và trở thành sự lựa chọn hoàn hảo. Những người đã biết trước những khó khăn khi

tham gia môn thể thao này có thể sẽ tập trung nguồn lực cho môn thể thao khác mà họ thật sự đam mê. Cả hai đều là những phương án khả thi. Tuy nhiên, trên thực tế, mọi người thường hào hứng, dốc sức khi vào cuộc để rồi sau đó lại từ bỏ giữa chừng. Nếu bạn muốn thành công, đừng làm như vậy.



Bài học từ Butch

Khi Butch Cassidy và cậu bé Sundance bị Charlie Siringo và những đặc vụ khác ở Pinkerton rượt đuổi ráo riết, Butch cứ tiến về phía những ngọn đồi, lao vào những vùng có địa hình khó khăn hiểm trở. Tại sao Butch lại làm như vậy? Bởi vì anh ta biết rằng nếu ở vùng đất trống, họ sẽ không có một cơ may trốn thoát nào. Chỉ khi họ vượt qua được những ngọn đồi tưởng chừng như không ai có thể băng qua thì may ra những đặc vụ ở Pinkerton mới bỏ cuộc. Địa hình càng khó khăn càng có lợi cho Butch.

Nhưng Charlie Siringo và cảnh sát Pinkerton vẫn kiên trì truy sát mục tiêu. Vậy mà ngay lúc tưởng chừng như Butch và Sundance không thể thoát khỏi cái chết, họ lại may mắn trốn thoát. Đấy, điều đó đã phát huy tác dụng ngay cả trong phim! Ngày nay, bất cứ thị trường nào cũng trong tình trạng cạnh tranh khốc liệt và bất kỳ ai cũng đều nỗ lực vượt qua những khó khăn thường ngày. Chính những thử thách vô cùng nghiệt ngã (những điểm thử thách) mới là cơ hội để bạn vượt lên dẫn đầu.

Trong một môi trường cạnh tranh, nghịch cảnh chính là đồng minh của bạn. Tình thế càng khó khăn thì cơ hội để bạn khẳng định mình trong cuộc cạnh tranh đó càng lớn. Tuy nhiên nếu nghịch cảnh cũng khiến bạn bỏ cuộc thì mọi thứ không có ý nghĩa

gì cả.

Bài học từ Jack

Khi Jack Welch gây dựng lại GE(4), quyết định điên rồ nhất của ông đó là: Nếu không thể ở vị trí số 1 hoặc số 2 trong ngành, chúng ta sẽ phải rời bỏ cuộc chơi.

4 General Electric: Tập đoàn thương mại đa quốc gia của Mỹ do Jack Welch giữ quyền chủ tịch hội đồng quản trị từ năm 1981 – 2001.

Tại sao ông lại sẵn lòng bán đi một công ty con trị giá hàng tỉ đô la đang hoạt động có lãi khi cổ phiếu của nó đang đứng thứ 4 trên thị trường? Rất đơn giản. Bởi vì nó làm phân tâm những nhà quản lý và đòi hỏi quá nhiều nguồn tài nguyên, vốn đầu tư, sự tập trung và cả công sức. Và trên hết, nó làm cho mọi người trong công ty nghĩ rằng nếu không phải là người giỏi nhất cũng không sao.

Bằng cách từ bỏ một ngõ cụt, Jack đã giải phóng nguồn lực để thúc đẩy những dự án kinh doanh khác vượt qua điểm thử thách.

Vấn đề đối với gió

Tôi có thể khẳng định rằng lướt ván rất dễ, trừ vấn đề về gió.

Gió làm cho việc lướt ván trở nên khó khăn. Trở ngại ở đây không phải là khó khăn khi thuê dụng cụ tốt hay vấn đề kỹ thuật mà vấn đề là người ta không thể dự đoán được sự thay đổi của gió. Nó có thể bất ngờ đổi hướng ngay vào lúc bạn không mong muốn nhất.

Dịch vụ khách hàng cũng vậy (mọi thứ sẽ dễ hơn rất nhiều nếu dịch vụ đó không phải dành cho khách hàng). Trên thực tế, mỗi phòng ban của một công ty đều có những vấn đề nằm ngoài khả năng dự đoán.

Công việc kế toán sẽ chẳng có gì khó nếu mọi bản báo cáo thu nhập đều chính xác và đúng kế hoạch. Việc bán hàng cũng sẽ nhàn hạ nếu đảm bảo rằng khách hàng lúc nào cũng sẽ mua hàng của bạn. Việc tiếp thị cũng sẽ đơn giản nếu thị hiếu khách hàng trùng khớp với những dự đoán của bạn.

Tuy nhiên, việc không thể dự đoán cũng có giá trị riêng của nó. Bởi vì nếu mọi thứ không diễn ra như vậy, bạn sẽ không thể thu được lợi nhuận. Mọi người thích chơi lướt ván chính vì sự thử thách làm cho nó trở nên thú vị hơn. Khi người ta mắc một căn bệnh không thể dự báo trước hoặc khó chẩn đoán thì họ sẵn sàng

trả tiền để mời bác sĩ. Còn mục tiêu của tôi khi viết tập sách nhỏ này là để giúp bạn giải quyết những vấn đề hóc búa.

Sau này, trước khi phàn nàn về một khách hàng, một trung tâm môi giới hay một công cụ tìm kiếm kém chất lượng, bạn hãy nhìn nhận vấn đề dưới một góc độ mới: Sự thất bại của họ chính là cơ hội của bạn. Không có nó, bạn sẽ bị thay thế một cách dễ dàng. Điểm thử thách chính là người bạn tuyệt vời nhất của bạn.

Vì sao tôi viết cuốn sách này

Mục tiêu của tôi khi thực hiện tập sách nhỏ này là mang đến cho các bạn nguồn động viên khi bạn phải đối diện với điểm thử thách. Dù bạn đang phải nỗ lực để có một thân hình lý tưởng, đang trả giá một món đồ, đang tìm kiếm một công việc hay chuẩn bị phát một trái bóng tennis, tất cả đều là một sự đầu tư vĩ đại. Bạn đã đầu tư thời gian, tiền bạc và công sức để có mặt trong thời khắc quyết định ấy. Ngay lúc này đây, bạn đã có trong tay công cụ, kiến thức và uy tín... tất cả những thứ đủ để bạn đương đầu với điểm thử thách ấy.

Muốn vượt qua điểm thử thách là lý do bạn cần đến cuốn sách này.

Đừng chỉ nghĩ đến việc tìm giải pháp để vượt qua điểm thử thách. Hãy chủ động tiến tới điểm thử thách và biến nó thành một cơ hội để vươn tới thành công. Bạn sẽ nhận được thành quả xứng đáng.

Sự huyễn hoặc của quá trình đa dạng hóa – Bài học từ chim gõ kiến

Khi đối mặt với điểm thử thách, nhiều cá nhân và công ty quyết định thay đổi hướng đi. Nếu bạn không thể tiến tới một bước nữa, cách suy nghĩ thông thường sẽ là đầu tư công sức vào một lĩnh vực khác. Điều này dẫn tới việc các hãng đĩa phải phát hành sản phẩm với sự tham gia của hàng ngàn nghệ sĩ thay vì tập trung tạo điều kiện cho một số ít người có tài năng thật sự tỏa sáng. Điều này cũng dẫn đến hiện tượng nhiều người tìm việc cố gắng chứng tỏ khả năng thực hiện hàng tá công việc thay vì cho thấy mình tinh thông một lĩnh vực.

Những người làm việc chăm chỉ, có tham vọng nhận thấy sự chuyển hướng là một hệ quả tự nhiên cho những nỗ lực mà họ đã bỏ ra. Mọi người đều có cảm giác thay đổi hướng đi là điều đúng đắn nên làm. Tìm kiếm một thị trường mới, tìm một công việc ở lĩnh vực khác hay bắt đầu chơi một môn thể thao khác...rất nhiều việc tương tự như thế có thể xảy ra.

Nhưng thành công thật sự chỉ đến với những người biết kiên trì vượt qua điểm thử thách và phần thưởng dành cho họ là một thị trường tôn vinh những người xuất sắc.

Một con chim gõ kiến có thể mổ trên một ngàn thân cây, mỗi cây 20 lần. Nó sẽ cứ miệt mài làm việc nhưng cuối cùng không thu được kết quả gì. Ngược lại, nó có thể mổ 20.000 lần trên một thân cây và tìm được bữa ăn tối.

Bài học từ chim gõ kiến cho thấy trước khi thâm nhập vào một thị trường mới, bạn hãy hình dung những kết quả đạt được nếu bạn vượt qua được điểm thử thách và thành công trong thị trường ấy.

Hầu hết mọi người đều sợ bỏ cuộc

Rõ ràng tự hài lòng với những gì mình đang có sẽ dễ dàng hơn việc đối đầu với thử thách và chấp nhận nguy cơ phải bỏ cuộc.

Từ bỏ là một quyết định không mấy dễ dàng. Việc đó đòi hỏi bạn phải thừa nhận rằng mình sẽ không bao giờ trở thành người giỏi nhất trên thế giới, ít nhất là với những gì bạn đang làm. Do đó, đa số mọi người thường có xu hướng trì hoãn việc từ bỏ, không thừa nhận là mình đã bỏ cuộc và hài lòng với một thứ hạng trung bình.

Điều này thật lãng phí.

Đã đến lúc bạn nên giận dữ!

Tôi thật sự bức xúc khi thấy những công ty sáng giá lâm vào ngõ cụt chỉ vì họ không dám mạnh dạn từ bỏ để rồi đầu tư nguồn lực vào lĩnh vực thích hợp hơn. Tôi tức giận thật sự khi thấy nhiều người lãng phí tiền bạc và thời gian để cố gắng vượt qua điểm thử thách mà không nhận ra rằng việc đó vượt quá sức của họ. Tôi thật sự giận bản thân mình vì đã trình bày vấn đề hơi dài dòng, trong khi thật ra giải pháp cho bài toán này khá đơn giản.

Arnold đã vượt qua điểm thử thách thế nào

Điều vô cùng quan trọng mà bạn cần biết là *điểm thử thách luôn tồn tại.* Bước đầu tiên cần làm để vượt qua nó là bạn phải biết rằng mình đang đối diện với nó.

Mỗi khi trang bìa tạp chí *Sức khỏe nam giới* đăng hình ảnh một người đàn ông sở hữu những cơ bụng săn chắc thì doanh thu của các quầy báo lại tăng. Tại sao lại như vậy? Nếu ai cũng sở hữu những cơ bụng tuyệt vời như vậy thì cánh đàn ông sẽ không đời nào mua một cuốn tạp chí hướng dẫn họ cách rèn luyện cơ bắp.

Chính sự khan hiếm làm cho mọi thứ trở nên hấp dẫn.

Rèn luyện thể lực là một ngành khoa học thú vị. Về cơ bản, bạn tập luyện một hai phút chỉ với một mục đích duy nhất là làm cho cơ bắp mệt mỏi, để rồi chính trong vài giây cuối cùng của bài tập, cơ bắp bị cưỡng bức phải tăng trưởng.

Cũng như nhiều người, bạn sử dụng cơ bắp suốt ngày, từ ngày này qua ngày khác. Nhưng chúng không phát triển. Bạn không được sở hữu một vóc dáng đẹp như người mẫu bởi vì bạn đã ngừng vận động cơ bắp của mình trước khi bạn bước vào giai đoạn mà áp lực đè nặng buộc chúng phải phát triển. Đó là điều tự nhiên, bởi vì khi cơ bắp bị căng cứng, bạn thấy không an toàn và có cảm giác đau.

Những người tập luyện đạt kết quả đã phải trả giá ở những phút đầu tiên để được tận hưởng mọi thành quả ở những giây phút cuối cùng. Những người tập luyện bất thành cũng chịu cùng những tổn thương đó nhưng họ dừng lại sớm hơn vài giây.

Bản năng con người là từ bỏ khi bị đau. Chính phản xạ đó tạo ra số lượng hiếm hoi những người thành công.

Có một thử thách rất đơn giản bạn cần vượt qua: Khi đã chạm đến điểm thử thách thì không nên từ bỏ. Nếu biết mục tiêu mình đang hướng đến rất đáng giá, mà phải từ bỏ chỉ vì một số khó khăn ban đầu thì có nghĩa là bạn đã phí phạm tất cả quãng thời gian đầu tư

cho nó. Nếu cứ mãi chọn cách rút lui thì đến một lúc nào đó, bạn sẽ thấy bản thân mình đang trở thành một kẻ bại trận liên tục, bắt tay vào thực hiện nhiều việc nhưng chẳng thu được bao nhiêu thành quả.

Một bí quyết rất đơn giản: Nếu cảm thấy không thể vượt qua điểm thử thách, thì ngay từ đầu đừng bắt tay vào làm.

Khi hiểu được nguyên tắc đơn giản đó, bạn sẽ thận trọng hơn trong việc lựa chọn con đường mình sẽ dấn thân vào.

Suy nghĩ như một người nổi trội

Những người nổi trội đạt được những gì họ muốn vì họ có những kỹ năng độc nhất. Họ xứng đáng được nhận mức thu nhập cao, sự tôn trọng và cơ hội thăng tiến bởi vì thông thường, vị trí dẫn đầu không có nhiều.

Một nhân viên môi giới nhà đất uy tín đạt được số hợp đồng gấp năm hay mười lần so với những nhân viên bình thường khác. Một luật sư xuất sắc có thể có nhiều khách hàng đến mức anh không thể tiếp nhận hết, bất kể lĩnh vực chuyên môn của anh ta là gì. Một nhạc công danh tiếng đòi hỏi thù lao gấp một ngàn lần mức thu nhập của một nhạc công hạng trung trong mỗi buổi biểu diễn. Một người xuất sắc chính là một sự lựa chọn hoàn hảo trong lĩnh vực của họ.

Nếu muốn trở thành một người nổi trội thì bạn cần phải tìm thấy một lĩnh vực có điểm thử thách thật khó khăn, đó chính là rào cản phân biệt những người đang thử sức và những người thành công. Sau đó bạn phải vượt qua điểm thử thách đó để chứng minh khả năng ưu việt của mình. Không phải ai cũng thực hiện được điều đó. Nếu ai cũng làm được, những cá nhân xuất sắc đã không tồn tại. Bạn chỉ nên chọn một con đường khi đã nhận diện được điểm thử thách đáng chinh phục và tin chắc mình có thể vượt qua nó. Khi đó điểm thử thách lại trở thành đồng minh lớn nhất của bạn vì nó làm cho quá trình nỗ lực của bạn trở nên đáng giá (đồng thời ngăn cản những người khác cạnh tranh với bạn).

Nhưng như thế vẫn chưa đủ. Bạn không chỉ phải tìm ra một điểm thử thách mình có thể chinh phục, mà bạn còn phải từ bỏ những ngõ cụt hiện đang cản bước tiến của mình. Bạn phải từ bỏ những dự án, những kế hoạch đầu tư không có cơ may thành công. Việc này khó nhưng cực kỳ quan trọng.

Việc vượt lên 98% các thí sinh trong một cuộc thi quả là một

thành tích rất đáng nể. Tuy nhiên, trong thế giới thông tin hiện đại, những nỗ lực bạn đã bỏ ra không có ý nghĩa gì cả vì chỉ sau vài cú nhấp chuột, người ta dễ dàng có được danh sách tất cả các thí sinh. Thế nên vị trí nổi bật duy nhất chỉ là vị trí của người đứng đầu.

7 lý do khiến bạn không trở thành một cá nhân xuất sắc

1. Bạn không còn thời gian (và bỏ cuộc)

2. Bạn sử dụng hết tiền của (và bỏ cuộc)

3. Bạn sợ hãi (và bỏ cuộc)

4. Bạn không thật sự nghiêm túc (nên bỏ cuộc)

5. Bạn đánh mất sự hứng thú, niềm say mê hay bạn hài lòng với vị trí khiêm nhường (và bỏ cuộc)

6. Bạn tập trung vào một tầm nhìn ngắn hạn thay vì nhìn xa hơn (rồi bỏ cuộc khi mục tiêu trước mắt quá khó khăn)

7. Bạn chọn nhầm sân chơi (rồi bỏ cuộc vì bạn không phải là người giỏi nhất trong lĩnh vực này)

Từ "bạn" ở đây có thể là cả nhóm cộng sự của bạn, công ty bạn hoặc chính bạn, có thể là người tìm việc, người lao động hoặc chủ doanh nghiệp. Điều quan trọng cần lưu ý là bạn có thể lường trước được tất cả những điều trên. Trước khi bắt đầu, bạn có thể biết mình có đủ khả năng và sự quyết tâm để theo đuổi mục tiêu đến cùng hay không. Trong hầu hết các trường hợp, lý do chính khiến việc bạn không thể trở thành người giỏi nhất là bạn lên kế hoạch sai hoặc bạn từ bỏ trước khi đến đích.

Có khi nào nguyên nhân nằm ở khả năng của bạn hay không? Rằng bạn (hoặc đội của bạn) không đủ khả năng trở thành người giỏi nhất? Dĩ nhiên, điều đó hoàn toàn có thể xảy ra. Nhưng mỗi khi phải đối mặt với thử thách, hãy tin là bạn có đủ khả năng. Vấn đề là bạn có dám đi tắt để đạt được mục tiêu mong muốn hay không?

Tại sao những đường cong có điểm thử thách lại phổ biến như vậy?

Một trong những hình minh họa phổ biến về điểm thử thách là một sơ đồ hình chóp diễn tả những người ở phía đáy nâng đỡ

những người ở bậc cao hơn. Tuy nhiên, quy luật đó không phải lúc nào cũng đúng. Trên thực tế, mọi việc diễn ra khác xa với những gì bạn tưởng tượng.

Ví dụ, nhiều người đăng ký làm thành viên trong một câu lạc bộ tăng cường sức khỏe (việc có nhiều thành viên giúp câu lạc bộ giữ được thứ hạng tốt), nhưng thật ra câu lạc bộ đó có quy mô khá nhỏ bởi vì rất ít người thật sự đến tập sau khi gia nhập. Đó là một quy luật mang tính hệ thống. Nếu tất cả những người đăng ký đều đến sinh hoạt, bạn sẽ không thể nào tìm thấy một ghế tập còn trống hoặc bạn sẽ không đủ tiền để làm thẻ hội viên.

Netflix cho bạn thuê DVD không giới hạn số lượng trong một tháng, chỉ với 10 đô-la, bao gồm cả phí giao hàng. Điều gì sẽ xảy ra? Nếu bạn xem một bộ phim ngay sau khi nhận và gửi trả lại ngay sau đó thì bạn có thể xem được ít nhất sáu bộ phim, chỉ với 10 đô-la. Tất nhiên, điều đáng lưu ý là trong số những người xem tổng cộng 6 bộ phim, thì có rất nhiều người không còn cảm thấy thích thú sau khi xem xong bộ phim đầu tiên, và thậm chí không xem thêm bộ phim nào khác trong tháng đó. Những người này chính là nguồn tài trợ cho những khách hàng trung thành. Chắc chắn là Netflix muốn thúc đẩy bạn xem thật nhiều phim để bạn trở thành một khách hàng thân thiết. Nhưng việc kinh doanh của cả công ty sẽ tan tành nếu không có những khách hàng thiếu trung thành ấy - những người chỉ tham gia theo phong trào.

Suốt một thời gian dài, các hãng hàng không duy trì việc bán quá số ghế có sẵn vì họ biết họ sẽ thu được lợi nhuận từ những khách hàng hủy chuyến.

Các nhà chính trị mong mỏi rằng những cử tri không tích cực và kém hiểu biết sẽ không quan tâm đến chuyện bầu cử. Điều đáng nói là chi phí cho những hoạt động chính trị của một số ít chính trị gia đương quyền được lấy từ số tiền đóng thuế của những công dân này.

Và tất nhiên có cả những câu lạc bộ đào tạo cầu thủ thu được lợi nhuận từ những cầu thủ khao khát vươn tới NFL(5) nhưng không bao giờ đạt được.

5 NFL (The National Football League): Liên đoàn bóng đá quốc gia.

Chỉ cần nỗ lực hết mình, chẳng bao lâu nữa ngôi vua sẽ thuộc về ta.
Những nỗ lực của ngươi càng làm cho ngai vàng của ta thêm vững chắc.
©hugh

Bất kể bạn làm gì để kiếm sống, hoặc để giải trí, rất có thể bạn đang gắn bó với một hệ thống vận hành dựa trên sự bỏ cuộc. *Sự từ bỏ tạo nên sự khan hiếm, sự khan hiếm tạo nên giá trị.*

Có một hình ảnh rất ấn tượng xuất hiện trong bộ phim *Phù thủy xứ Oz:* một người đàn ông đứng sau tấm màn, cười nhạo Dorothy và các bạn của cô khi hắn ta giao cho họ một nhiệm vụ cực kỳ khó khăn đến mức gần như không thể thực hiện. Hắn mưu cầu lợi ích riêng bằng cách cử những người dưới quyền đi thực hiện những nhiệm vụ rất nguy hiểm, trong khi bản thân hắn sống ung dung ở Oz.

Không có gì lạ nếu chúng ta chọn cách từ bỏ vì việc đó nằm trong quy trình vận hành của cả một hệ thống.

8 đường cong có điểm thử thách

Dưới đây là những tình huống điển hình về sự xuất hiện của điểm thử thách. Điểm thử thách xuất hiện vào những thời điểm mà các công ty và cá nhân có nguy cơ từ bỏ cao nhất. Nếu bạn nhận biết khả năng xuất hiện của những điểm thử thách này, bạn sẽ có nhiều lựa chọn hơn. Một khi biết được những khó khăn trước mắt, bạn có thể chủ động tìm cách vượt qua, hoặc bạn có thể từ bỏ trước khi điểm thử thách xuất hiện, chấp nhận đánh mất những khoản đầu tư trước đó.

Điểm thử thách trong sản xuất – Việc bắt tay cải tổ khu nhà xưởng của bạn diễn ra khá thuận lợi, nhưng phải tốn khá nhiều công sức và tiền bạc để đầu tư cho một hệ thống phun chất dẻo nóng vào khuôn, thiết kế một sơ đồ điện tổng hợp hoặc tăng số lượng của một dây chuyền sản xuất quy mô lớn. Thời gian, công sức và chi phí để nâng cấp cơ sở kinh doanh của bạn tạo nên điểm thử thách. Việc nâng cấp này làm giảm số lượng hàng hóa xuất xưởng đồng thời chọn lọc ra những người đủ dũng cảm đầu tư để hiện đại hóa dây chuyền sản xuất. Hãy nghĩ đến những người nghệ sĩ chật vật chào hàng trong những phiên chợ nhỏ ở địa phương, họ không có đủ kinh phí hoặc các điều kiện cần thiết khác để đầu tư cho việc quảng cáo, tiếp thị, nâng tác phẩm của họ lên một tầm cao mới.

Điểm thử thách trong bán hàng – Hầu hết các ý tưởng trong kinh doanh chỉ thể hiện hiệu quả khi bạn tung một mặt hàng nào đó ra thị trường. Bạn có thể bán ý tưởng cho những cửa hiệu, doanh nghiệp, khách hàng hoặc thậm chí cho các cử tri. Nhưng điểm thử thách xuất hiện khi bạn cần nâng cấp để xây dựng một đội ngũ bán hàng chuyên nghiệp và mở rộng quy mô phát triển. Trong mọi lĩnh vực, những công ty sở hữu một hệ thống bán hàng quy mô cùng đội ngũ bán hàng chuyên nghiệp thường chiếm ưu thế lớn.

Điểm thử thách trong học vấn – Bạn đi làm ngay sau khi rời trường học. Nhưng điểm thử thách thường chỉ đến khi bạn tìm cách nâng cao trình độ hoặc trau dồi thêm kỹ năng nghề nghiệp. Một bác sĩ trải qua thêm một năm rèn luyện chuyên môn trong trường Y sẽ có được sự vững vàng cho sự nghiệp lâu dài về sau.

Điểm thử thách trong mạo hiểm – Những người phải tự lực vươn lên bằng khả năng của chính mình học được một kinh nghiệm quý giá là ở một thời điểm nào đó họ không thể trang trải tất cả, đặc biệt là nếu chỉ dựa vào thu nhập hiện tại. Khi thuê một văn phòng rộng hơn hoặc đầu tư vào các dây chuyền công nghệ mới, bạn sẽ phải đối mặt với nhiều rủi ro. Những chủ doanh nghiệp thành đạt hiểu sự khác nhau giữa việc đầu tư để vượt qua điểm thử thách (một hành động khôn ngoan) với việc đầu tư vào một trò may rủi.

Điểm thử thách trong các mối quan hệ - Có những cá nhân và tổ chức sẽ trở thành chỗ dựa cho bạn về sau với điều kiện bạn phải đầu tư thời gian và công sức để làm việc với họ ngay ở thời điểm hiện tại, ngay cả khi mọi việc không mấy suôn sẻ. Cô bé làm việc trong phòng phát thư tín sẵn sàng làm những công việc lặt vặt cho bạn hoặc ở lại muộn để phụ giúp bạn ngày nào nay đã trở

thành một giám đốc. Rõ ràng là những mối quan hệ cô ấy xây dựng từ lúc còn là một nhân viên bình thường đã được đền đáp về sau. Những người luôn muốn nhận sự giúp đỡ từ người khác hoặc không kiên trì duy trì mối quan hệ sẽ không bao giờ vượt qua được điểm thử thách trong mối quan hệ vì họ không đầu tư vào đó khi mối quan hệ gặp trục trặc (nhưng vẫn có thể và có thời gian giải quyết).

Điểm thử thách trong nhận thức – Bạn thường tiến hành công việc dựa trên những quan điểm cố hữu. Để tiến đến một tầm nhận thức cao hơn, bạn cần bỏ qua những nhận định cũ và tiếp thu những quan điểm mới, cấp tiến. Trong lịch sử, những người khởi xướng cho một trường phái mới hoặc những người mở đường cho sự phát triển của một ngành công nghiệp mới (từ Martin Luther King, Jr. đến Richard Branson, từ Zelma Watson George đến Jacqueline Novogratz)(6) đều có một phương pháp chung, đó là vượt qua điểm thử thách trong nhận thức.

6 *Martin Luther King, Jr. (1929 - 1968): Nhà hoạt động dân quyền Mỹ gốc Phi, từng đoạt giải Nobel Hòa Bình năm 1964.*

Richard Branson (sinh năm 1950): Tỷ phú xứ sương mù, chủ nhân của nhiều tập đoàn kinh doanh lớn trên thế giới.

Zelma Watson George (1903 – 1994): Nhà hoạt động từ thiện người Mỹ gốc da màu.

Jacqueline Novogratz: Người sáng lập kiêm chủ tịch hội đồng quản trị Acument Fund.

Điểm thử thách của cái tôi – Bạn sẽ hiểu rõ hơn về điểm thử thách khi chúng ta nói về chính bạn. Nếu bạn biết thoát khỏi những giới hạn của cái tôi và đứng vào hàng ngũ của một tổ chức để tìm cách phát huy năng lực bản thân, bạn sẽ tiến rất xa trên con đường sự nghiệp. Tuy nhiên, hầu hết mọi người đều không thể làm thế, họ không thể từ bỏ ánh hào quang của cái Tôi. Do đó, họ mắc kẹt tại điểm thử thách.

Điểm thử thách trong phân phối – Các đầu mối bán lẻ như trung tâm thương mại địa phương hoặc thông tin quảng cáo trên những trang web giúp cho việc phân phối hàng hóa dễ dàng hơn, trong khi những phương pháp tiếp thị khác đòi hỏi phải có sự đầu tư khá lớn. Tại sao hàng hóa trong Wal-Mart(7) có số lượng tiêu thụ lớn hơn so với việc bày bán chúng trên web? Nguyên nhân chính là giá trị của sự khan hiếm. Mọi người đều có thể lên mạng nhưng

không phải ai cũng có thể đi đến hệ thống cửa hàng của Wal-Mart để mua sắm.

7 Wal–Mart: Tập đoàn bán lẻ lớn nhất thế giới của Mỹ.

Nhìn thấy trước đường cong

Trong phần phân tích về chiếc tàu con thoi sau đây, bạn sẽ thấy việc phân biệt giữa ngõ cụt và điểm thử thách khá đơn giản. Cái khó là bạn có đủ dũng khí làm điều gì đó để xoay chuyển tình hình hay không. Những chủ doanh nghiệp và các nhân viên quá lạc quan đánh giá thấp tầm quan trọng của vấn đề, không được trang bị đầy đủ và chuẩn bị sẵn sàng để vượt qua điểm thử thách có nhiều nguy cơ sẽ lặp lại trường hợp thiết kế tàu con thoi.

Lạc quan là một đức tính đáng quý. Tuy nhiên, những người lạc quan thường không linh hoạt khi bị mắc kẹt trong điểm thử thách và buộc phải đưa ra những lựa chọn khó khăn.

Đã đến lúc phải hủy tàu con thoi

Tàu con thoi là một ngõ cụt, không phải điểm thử thách. Khi những nhà phê bình đưa ra những quan điểm bảo vệ cho dự án này, họ không nói "Chúng ta nên tiếp tục xây dựng tàu con thoi vì nó an toàn hơn, rẻ hơn, có nhiều tiềm năng trong tương lai". Lý do duy nhất để tàu con thoi tồn tại là không ai có đủ can đảm ngưng dự án đó lại. Chúng ta đều biết rõ rằng không có lý do gì để tiếp tục đầu tư vào một thứ không thể phát triển được nữa.

Trên thực tế, nếu ngưng dự án này lại, chúng ta sẽ tạo ra nhu cầu thay thế tàu con thoi vô cùng cấp bách. Tình trạng thiếu phương tiện đi vào không gian sẽ thúc đẩy con người tạo ra một phương tiện thay thế mới, ít tốn kém hơn và tốt hơn.

Vậy thì tại sao chúng ta không hủy dự án này đi? Tại sao chúng ta không từ bỏ? Lý do không có gì khác hơn là chúng ta đã buộc chặt mình với những thứ quen thuộc. Sự ổn định đó không tạo ra nhiều sóng gió và dễ chịu hơn nhiều.

Bản Tuyên ngôn độc lập Mỹ có câu: "Mọi trải nghiệm đã chứng minh rằng khi cái xấu còn nằm trong mức có thể chịu đựng được thì nhân loại có xu hướng cam chịu nó hơn là tự trao cho mình quyền lật đổ những thể chế quen thuộc".

Bạn có đủ can đảm từ bỏ khi đối diện với ngõ cụt hay không?

Thung lũng tử thần

Trong mọi cuộc cạnh tranh, ai cũng muốn tạo ra một điểm thử thách thật khó khăn, thật nguy hiểm đủ để đánh bại những đối thủ còn non kém.

Microsoft đã làm được điều đó. Họ đã thiết lập nhiều mối quan hệ và đặt ra nhiều tiêu chuẩn, đến mức dường như không bao giờ có người nghĩ đến việc cạnh tranh với chương trình Word hay Excel, ít nhất là cho đến khi có sự thay đổi từ nền tảng. Tuy nhiên, Intuit cũng vượt qua được điểm thử thách và hiện nay, phần mềm kế toán Quicken của họ cũng có vị thế được đảm bảo, giống như vị trí của Word đối với chương trình soạn thảo văn bản. Hãy vượt qua rào cản dành cho những người chinh phục và bạn sẽ ở vị trí thống trị trong một khoảng thời gian.

Có thể bạn đang nghĩ rằng "Đợi đã, chẳng phải Google đang cố gắng đuổi theo Microsoft bằng cách tạo ra chương trình bảng tính và soạn thảo văn bản phiên bản trên Web hay sao?". Đúng vậy. Nhưng thậm chí một Google vĩ đại cũng biết rằng họ không thể thành công nếu không thay đổi hệ thống nền tảng (từ máy tính cá nhân trở thành web). Microsoft đã tạo ra được một điểm thử thách rất khó khăn và đắt giá mà không phải đối thủ nào cũng có thể vượt qua. Nhưng với một hệ thống nền tảng mới như hiện nay, Google đã tìm được con đường bằng phẳng hơn cho riêng mình.

Apple cũng đã làm nên điều kỳ diệu tương tự với iTune và iPod. Đầu tiên, họ tận dụng một hệ thống nền tảng mới để thoát khỏi tiêu chí của những "gã khổng lồ" trong làng công nghệ. Sau đó, Apple đã tạo ra vô số loại hệ thống kèm theo sự tiện lợi mà bất cứ ai có tham vọng vượt lên dẫn trước cũng phải cực kỳ vất vả và kiên trì theo đuổi.

Khả năng tạo ra khoảng cách đáng gờm đó không chỉ giới hạn ở những doanh nghiệp. Các trường luật liên tục gia tăng mức độ khó của các kỳ thi tuyển để mở rộng phạm vi của điểm thử thách và nâng cao giá trị của tất cả những ai đã trở thành luật sư.

Cơ hội lớn

Với cả một hệ thống mong đợi bạn bỏ cuộc, nếu bạn vẫn vượt qua được điểm thử thách và tiếp tục tiến lên phía trước thì những thành quả bạn gặt hái được là vô cùng vĩ đại. Số người làm được điều đó thật sự không nhiều, do đó giá trị của những người trụ lại

đến cùng càng được tăng cao.

Khi đã trở thành một cá nhân xuất sắc, bạn nhận được khoản thu nhập đáng mơ ước, những quyền lợi ưu tiên và thái độ kính trọng của những cá nhân, công ty hoặc các tập đoàn khác.

Thật ra những điều tôi vừa đề cập ở trên không có gì mới mẻ đối với bạn. Dựa trên kinh nghiệm sống của bản thân, bạn hoàn toàn có thể nhận ra rằng mọi quyền lợi luôn thuộc về người không bỏ cuộc. Sự thật sẽ luôn là như thế, vậy thì tại sao bạn phải nghe lời tôi?

Lý do rất đơn giản. Bạn lớn lên với suy nghĩ từ bỏ là thất bại. Sự bỏ cuộc khiến bạn cảm thấy suy sụp và phải tự đánh giá lại bản thân mình. Có một điều *chắc chắn* là bạn đã cố gắng hết sức. Chỉ là việc đó nằm ngoài khả năng của bạn. Nếu giỏi hơn, hẳn bạn đã không bỏ cuộc.

Bạn nên nhìn nhận việc từ bỏ (hay không từ bỏ) như một cơ hội để *phát triển*. Đó không phải là sự trốn tránh cảm giác xấu hổ khi thất bại. Điều quan trọng hơn mà bạn có thể nhận ra là: khi từ bỏ thứ mình không quan tâm đến, thứ mà bạn chỉ có thể đạt đến mức trung bình, hoặc may mắn hơn nữa là từ bỏ ngõ cụt, bạn sẽ được giải phóng nguồn lực để chinh phục những điểm thử thách quan trọng hơn.

Nếu bạn có ý định bỏ cuộc, hãy từ bỏ ngay trước khi bạn bắt đầu. Đừng để mình lọt vào vòng xoáy. Đừng tham gia vào cuộc chơi nếu bạn tự thấy mình không thể là người chơi giỏi nhất.

Mức trung bình chỉ dành cho kẻ thất bại

Từ bỏ đúng thời điểm không hề dễ dàng. Hầu hết chúng ta không đủ can đảm để từ bỏ. Tệ hơn nữa, đôi khi đối mặt với điểm thử thách, chúng ta chọn việc duy trì ở một thứ hạng khiêm nhường thay vì bỏ cuộc hẳn.

Trong hoàn cảnh đó, con người thường có xu hướng kiếm tìm một vị trí an toàn. Họ chọn làm những công việc bình thường, không gánh những trọng trách quan trọng và không ai có thể chỉ trích họ. Khi đối mặt với điểm thử thách, hầu hết mọi người đều chấp nhận thỏa hiệp với khó khăn, cố gắng thích nghi với nó và chọn con đường không quá mạo hiểm để đi đến đích.

Đó chính là lý do tại sao rất ít người trở thành sự lựa chọn hoàn hảo.

Để trở thành một người xuất sắc, bạn phải thật sự nổi trội. Không chỉ sống sót qua điểm thử thách mà bạn phải tận dụng nó như một cơ hội để tạo ra một sự kiện có sức ảnh hưởng đến nỗi mọi người không ngừng bàn tán về nó, giới thiệu nó với mọi người và – hệ quả tất yếu là – chọn bạn.

Nếu sau này bạn nhận thấy mình đang loay hoay ở một vị trí mờ nhạt nào đó, hãy nhớ rằng bạn có hai lựa chọn: hoặc bỏ cuộc hoặc trở nên nổi bật. Thứ hạng trung bình chỉ dành cho kẻ thất bại.

Có thể bạn cho rằng tôi quá khắt khe. Nhưng hãy thử nghĩ xem thời gian, công sức, sự nghiệp và tiếng tăm của bạn quý giá đến mức nào, bạn sẽ không lãng phí chúng một cách ngu ngốc khi tự bằng lòng ở một vị trí không ai biết đến. Mọi người thường nghĩ mức trung bình đồng nghĩa với sự an toàn nhưng thực tế không phải như vậy. Không ai để ý đến những người hạng trung. Đó là sự lựa chọn cuối cùng và người đi trên con đường này gần như không thể làm gì để thay đổi vị trí của mình. Cố gắng duy trì thứ hạng trung bình chỉ là một hình thức khác của sự bỏ cuộc, là thứ nên tránh xa vì bạn xứng đáng được nhiều hơn thế.

Những người thường xuyên bỏ cuộc lãng phí rất nhiều thời gian

Sau khi quan sát hệ thống siêu thị trong nhiều năm, tôi nhận thấy khách hàng có ba xu hướng chọn quầy thanh toán. Siêu thị thường có bốn hoặc năm quầy thu ngân sẵn sàng phục vụ. Nếu

bạn quan sát cẩn thận, bạn sẽ thấy người mua hàng thường hành động theo một trong ba cách sau:

Cách thứ nhất là họ chọn hàng ngắn nhất và bước vào. Họ kiên trì đợi đến lượt mình cho dù bất kỳ chuyện gì xảy ra.

Cách thứ hai là họ chọn hàng ngắn nhất và chuyển hàng một khi có gì đó cản trở việc tiến lên phía trước, ví dụ như có một người dùng ngân phiếu nhưng lại không có thẻ kiểm tra tiền mặt. Nhưng họ chỉ chuyển hàng một lần.

Cách thứ ba là họ chọn hàng ngắn nhất và cứ thay đổi hàng liên tục mỗi khi xuất hiện hàng ngắn hơn. Việc đó cứ tiếp diễn cho đến khi bạn thanh toán xong.

Không khó để chúng ta nhận ra những rắc rối của phương án thứ ba. Mỗi lần đổi hàng là một lần bạn bắt đầu lại mọi thứ. Vì nôn nóng muốn tìm cách giải quyết rắc rối, bạn đã lãng phí thời gian và công sức vào việc nhảy qua nhảy lại giữa các hàng.

Ngày nay, những khoảng thời gian chết vì chờ đợi như thế ngày càng chiếm tỉ lệ đáng kể trong đời sống mỗi người. Bạn đã từng gặp một người thích kinh doanh nào bắt đầu đến dự án mới thứ năm, thứ mười hay thứ mười hai chưa? Anh ta thay đổi từ kế hoạch này đến kế hoạch khác, và mỗi lần gặp phải trở ngại, anh ta lại đi tìm một cơ hội mới. Một người như vậy sẽ chẳng thể nào thành công vì anh ta chưa bao giờ thật sự đầu tư cho một kế hoạch nghiêm túc. Khởi đầu thường là một việc khá khó khăn và mọi nỗ lực của bạn chỉ được đền đáp xứng đáng khi bạn vượt qua được điểm thử thách. Có vô số doanh nhân khởi đầu rất thành công nhưng lại nhanh chóng bỏ cuộc trước khi vượt qua hết phần khó khăn nhất của chặng đường. Một thực tế đáng buồn là khi bạn bắt đầu lại mọi thứ, lòng tin vào khả năng giành chiến thắng của bạn cũng vơi dần đi.

Điều này không chỉ xảy đến với các doanh nghiệp. Mà cả những người muốn quảng bá sản phẩm của mình cuối cùng đã lãng phí cả một gia tài khi thay đổi liên tục từ đơn vị truyền thông này sang đơn vị khác hoặc từ phương tiện này sang phương tiện khác. Nếu như mười ấn tượng tốt mới có khả năng tạo ra tác động và bạn đã làm được tám lần rồi chuyển sang một lĩnh vực khác thì sự chuyển đổi đó sẽ tiêu phí của bạn không ít thời gian và tiền của.

Những người bán hàng thất bại

Số liệu khảo sát từ nhiều nguồn khác nhau cho thấy một người

bán hàng thường bỏ cuộc sau lần gặp thứ năm với một khách hàng. Sau năm lần, người bán hàng cho rằng mình đang phí phạm thời gian của bản thân và của cả khách hàng, thế là họ bỏ cuộc và bắt đầu tìm kiếm một người khác.

Tuy nhiên, kết quả điều tra cũng cho biết thêm rằng 80% trong số những khách hàng này đã mua hàng sau lần gặp thứ bảy. Giá như người bán hàng cố gắng thêm một chút!

Phải chăng mọi nhân viên muốn bán được hàng phải tiếp cận khách hàng liên tục, hay số bảy là con số kỳ diệu, hoặc bí quyết bán hàng là phải luôn năng động? Tôi cho rằng người bán hàng giỏi nhất không nhất thiết phải luôn luôn đứng trước mặt bạn, liên tục hỏi xem bạn có mua hàng không.

Bài học rút ra từ câu chuyện này là: bán hàng là một sự chuyển giao cảm xúc chứ không chỉ là sự trình bày các thông tin. Nếu chỉ đơn thuần là việc tường thuật lại các sự kiện thì một mẩu tin giới thiệu ở dạng PDF hoặc một trang web cũng đủ để khiến khách hàng điện thoại đặt hàng.

Khách hàng (biết đâu bạn cũng là một trong số đó nếu bạn vừa bị thuyết phục mua một món hàng) là những chuyên gia trong lĩnh vực cảm nhận suy nghĩ của người bán hàng. Mọi người thường rất giỏi trong việc phát hiện ra sự thành thật hoặc dối trá. Nếu người bán hàng tỏ ra thiếu quan tâm đến nhu cầu của người mua nghĩa là họ đã gián tiếp gửi đến khách hàng thông điệp "Tôi chả quan tâm lắm đến việc chị có muốn sở hữu món đồ này không". Mặt khác, nếu người bán hàng kiên trì ở bên cạnh, thỏa thuận bán món hàng với lý do nó mang lại lợi ích cho chính người khách thì khách hàng của cô ấy sẽ cảm nhận điều đó rất rõ rệt.

Xin khẳng định lại một lần nữa, vượt qua điểm thử thách là chiến lược hoàn toàn đúng đắn. Có thể bạn nghĩ rằng đó không hẳn là một cách hay vì những người bán hàng thành công hay khiến người khác bực mình. Sự thật không phải như vậy. Cố gắng bám trụ và vượt qua điểm thử thách là một chiến lược hoàn hảo vì nó thay đổi hoàn toàn thái độ của người bán hàng trong suốt một ngày làm việc. Đây không phải là vấn đề lương tâm mà là một sự lựa chọn mang tính chiến lược. Nếu bạn muốn trở thành người bán hàng xuất sắc, hãy thuộc nằm lòng phương châm sau: "Tôi sẽ cùng ngài vượt qua giai đoạn khó khăn này vì điều đó có ý nghĩa với cả hai ta". Đây chính là bí quyết chinh phục những khách hàng khó tính nhất.

Đối mặt với điểm thử thách

Bạn có thể tin chắc rằng sản phẩm của bạn là tốt nhất, nhưng không có ai ngoài những thành viên trong nhóm của bạn thật sự quan tâm đến điều đó. Bạn hối hả thực hiện những ý tưởng mới bất kể kết quả cuối cùng là gì. Trong khi đó, hầu hết khách hàng lại không mấy quan tâm đến những ý tưởng độc đáo đó của bạn. Thay vào đó, họ chờ đợi. Họ chờ một món hàng được sản xuất đúng theo tiêu chuẩn, đã qua kiểm nghiệm, có giá thành hợp lý và sẵn sàng tung ra thị trường.

Đó chính là thử thách lớn nhất trên con đường chiếm lĩnh lòng tin của cả một thị trường. Những người quảng bá sản phẩm thành công là những người không bỏ cuộc. Họ kiên định vượt qua điểm thử thách, tự động viên mình và không ngừng hoàn thiện sản phẩm của mình trong khi những người khác mải mê kiếm tìm một cú đột phá mới.

Cũng với lý do trên mà một người làm trong lĩnh vực xuất bản sách gặp hết tác giả này đến tác giả khác để tìm kiếm một tác phẩm có thể ngay lập tức gây được cơn sốt đối với độc giả, trong khi một người khác vẫn trung thành với Dr. Seuss(8) hay Stephen King(9) vì đây là những tác giả đã tạo được một lượng độc giả riêng cho mình. Tương tự, trong lúc một tổ chức phi lợi nhuận tìm kiếm từ nhà tài trợ này sang nhà tài trợ khác cho một dự án, thì một tổ chức thành công chính là tổ chức bám trụ mục tiêu đến cùng, lên kế hoạch rõ ràng, vượt qua mọi trở ngại, tập trung vào một vài nguồn thu ban đầu cho đến khi vấn đề kinh phí được giải quyết.

8 Theodor Seuss Geisel (1904 – 1991): Nhà văn, họa sĩ phim hoạt họa danh tiếng người Mỹ. Một số tác phẩm của ông: Những quả trứng xanh và đùi lợn muối, Chú mèo trong chiếc nón, Voi Horton và những người bạn…

9 Stephen King (sinh ngày 21 tháng 7 năm 1947): Nhà văn người Mỹ thiên về thể loại truyện kinh dị hoặc giả tưởng rất được tán thưởng khắp thế giới,

Gorilla Glue(10) đã vượt qua được điểm thử thách. Jimmy Choo(11) và Swatch(12) cũng làm được điều đó. Không phải mọi khó khăn sẽ được giải quyết trong một đêm như những câu chuyện cổ tích. Những người thành công là những người đã cố gắng từng bước một cho đến khi đạt được một sức tác động đáng kể trên thị trường.

10(10) Gorilla Glue: Hãng sản xuất keo dán gỗ uy tín, chất lượng.

11 Jimmy Choo : Nhà thiết kế giày dép lừng danh, người góp phần làm tăng thêm nét quyến rũ của phái đẹp qua những đôi giày.

12 Swatch: Thương hiệu đồng hồ số 1 thế giới của Thụy Sĩ.

Điểm thử thách mà những người tìm việc gặp phải được tạo ra bởi phòng nhân sự của mỗi công ty. HR(13) không gõ cửa nhà bạn và mang đến cho bạn một công việc ngon lành. Họ tạo ra những quy định làm rào cản như nộp sơ yếu lý lịch, mặc trang phục lịch sự hoặc bạn phải bay tới Cleveland(14) để phỏng vấn như một cách để loại bỏ những người không thật sự quan tâm đến công việc.

13 HR (Human Resources): Tập đoàn tuyển dụng và cung cấp nhân lực hàng đầu thế giới.

14 Cleveland: Một thành phố thuộc tiểu bang Ohio, Mỹ.

Chúng ta thường bị cuốn hút khi nghe những câu chuyện về những diễn viên được phát hiện ra ở hiệu thuốc địa phương, hay người bạn cùng lớp đã sở hữu một công việc tuyệt vời sau khi đến phòng hướng nghiệp của trường. Chúng ta thấy một tác giả thành công vang dội chỉ sau một lần xuất hiện trên chương trình Oprah(15) hay một ban nhạc rock được ký hợp đồng biểu diễn sau khi nộp bản ghi âm thử. Trong những câu chuyện đó, mọi thứ dường như thật dễ dàng và khiến mọi người bị thu hút.

15 Oprah Gail Winfrey (sinh năm 1954): Người dẫn chương trình đối thoại trên truyền hình (talk show host) và là nhà xuất bản tạp chí.

Chúng ta rất dễ bị lôi cuốn bởi đồng tiền và cuộc chạy đua đi tìm cái mới. Vấn đề nằm ở chỗ điều này dẫn đến một sự ham muốn và một sự tập trung ngắn hạn. Mọi người thường có suy nghĩ như: nếu hôm nay việc này không mang lại hiệu quả, tại sao phải đợi đến ngày mai? Nhưng bạn nên biết chỉ một phần trăm rất nhỏ khách hàng đi tìm một sản phẩm hoàn toàn mới. Hầu hết mọi người đều đợi cho dòng sản phẩm đã được giới thiệu trải qua quá trình kiểm nghiệm và chứng thực trước khi mua.

Tập đoàn Microsoft luôn lặng lẽ từng bước kiên trì cải tiến từ phiên bản đầu tiên đến phiên bản thứ hai. Họ hiểu rằng khi phiên bản ba ra đời, thị trường sẽ dành cho họ một vị trí ưu ái hơn. Suốt một quá trình dài, Microsoft đã hai lần thất bại với Windows, bốn lần với Word và ba lần với Excel. Toàn bộ công ty đều hoạt động trên niềm tin kiên trì vượt qua điểm thử thách, không ngừng đổi mới phương thức nhưng không bao giờ từ bỏ ý tưởng lớn.

Bạn đang hoạt động trong lĩnh vực nào?

Bạn nên hoặc thậm chí buộc phải từ bỏ một dòng sản phẩm, một chức năng hoặc một bản thiết kế nếu có dự định đầu tư nguồn lực vào một lĩnh vực có tương lai hơn. Nhưng bạn không được từ bỏ thị trường, chiến lược hoặc một cơ hội thích hợp mà mình đã chọn. Có những thứ chúng ta tưởng rằng có thể thành công chỉ trong một đêm. Chúng ta thường không nhận thấy sự thật hoàn toàn trái ngược cho đến khi mọi thứ đã quá muộn.

Procter & Gamble(16) đã hủy bỏ hàng trăm sản phẩm. Starbucks(17) bỏ những trung tâm ghi chép đĩa nhạc. Công cuộc cải cách an sinh xã hội thất bại không biết bao nhiêu lần. Chúng ta đừng nên quá kỳ vọng vào một chiến thuật và luôn cho đó là phương thức đúng. Thay vào đó, bạn hãy quyết định một lần cho cả tương lai về sau liệu mình có nên dấn thân vào thị trường đó không. Nếu câu trả lời là có, hãy bằng mọi cách vượt qua điểm thử thách.

16 Procter & Gamble (tức P&G): Tập đoàn kinh doanh hàng tiêu dùng

số 1 của Mỹ.

17 Starburks: Thương hiệu cà phê nổi tiếng khắp thế giới của Mỹ.

Thị trường muốn nhìn thấy bản lĩnh cứng cỏi của bạn. Nó đòi hỏi ở bạn một thái độ hoàn toàn nghiêm túc, mạnh mẽ, bằng lòng và chắc chắn. Phần lớn những điều chúng ta được biết ở bất cứ thị trường nào cũng là những câu chuyện đẹp đẽ, những con người muốn có trong tay những thứ giá trị.

Kiên trì mang sản phẩm của bạn vượt qua điểm thử thách là một cách luôn phát huy tác dụng vì bạn đang vươn tới một thị phần không ngừng phát triển. Nếu sản phẩm của bạn không tốt, dịch vụ của bạn không được yêu thích, bạn thậm chí không hấp dẫn được cả những kẻ quê mùa luôn bị hấp dẫn bởi những điều bóng lộn mới mẻ thì bạn không nên bám trụ lại chỉ bởi vì bạn cảm thấy mình đúng. Để trở thành một nhà cung cấp đáng tin cậy trong thị trường đã chọn, bạn cần có chiến lược vững vàng, ngay cả khi phải hủy bỏ kế hoạch triển khai một mặt hàng nào đó.

Trái nghĩa với từ bỏ không phải là án binh bất động

Trái nghĩa với từ bỏ là hãy *nỗ lực hơn nữa.* Trái nghĩa với từ bỏ là *tìm ra một chiến lược thông minh hơn để giải quyết vấn đề.*

Thật sai lầm khi xem điểm thử thách là một chướng ngại vật bất di bất dịch. Thật sai lầm khi nghĩ rằng bạn chỉ là một hành khách bất lực trên chuyến tàu ì ạch, chỉ biết ngồi một chỗ đợi cho giai đoạn khó khăn trôi qua.

Trên thực tế, điểm thử thách có tính linh hoạt. Nó biến đổi cùng với những nỗ lực của bạn. Trên thực tế, hầu như trong các trường hợp, những phản ứng của bạn có thể làm cho tình hình trở nên tồi tệ hơn hoặc được cải thiện dần. Vậy chúng ta hãy cố gắng đi theo hướng tích cực.

Khi mọi việc trở nên tồi tệ đến mức bạn rất muốn từ bỏ, thì hãy đặt mình vào vị trí của một người không còn gì để mất. Khi một người không còn gì để mất thường là lúc sức mạnh tiềm ẩn trong họ trỗi dậy. Đó là lúc bạn có thể mạo hiểm. Hãy thách thức mọi áp lực, thử sức với những phương án chưa được thử nghiệm. Hãy lấy khó khăn làm động lực để vươn đến thành công.

David nhận thấy mình bị mắc kẹt trong một công việc không đi đến đâu sau nhiều năm gây dựng sự nghiệp đến nỗi anh muốn bỏ việc. Đối với anh, cấp trên quả là một cơn ác mộng, công việc thì

không hề làm đẹp thêm cho sơ yếu lý lịch hay tạo cảm hứng cho một ngày dài nhàm chán, và anh không cảm thấy hạnh phúc với cuộc sống hiện tại. David quyết định mạo hiểm. Anh tìm gặp sếp và cả cấp trên của sếp (thái độ đó được xem khá là khiếm nhã) và từ tốn giải thích vấn đề của mình. David nói anh tưởng mình sẽ phải bỏ việc nhưng vì rất yêu mến công ty nên anh muốn đề nghị một phương án mới.

Anh bước ra khỏi phòng họp với quyết định được thăng chức, một bước tiến lớn, một thử thách hoàn toàn mới và một người sếp mới.

Nếu David giấu những khó khăn của mình, lo lắng về những điều trước mắt và không chuẩn bị tinh thần cho việc từ chức vào ngày hôm đó, thì mọi chuyện đã không xảy ra như vậy. Anh không giả vờ mà thật sự đã sẵn sàng để từ bỏ hoặc để bắt đầu công việc mới mẻ này, để lại cống hiến hết mình một lần nữa cho công ty và tạo ra bước đột phá kỳ diệu.

Từ bỏ tại điểm thử thách thường là một quyết định nông nổi – và là một quyết định sai lầm

Khi bỏ cuộc, người ta thường chỉ tập trung vào những lợi ích trước mắt. Hay nói cách khác "Nếu thấy đau khổ, hãy dừng lại".

Khi Joe Biden từ bỏ cuộc đua tranh chức tổng thống năm 1988, lý do gần như đơn giản đến mức khó tin được trong xã hội ngày nay: ông đã không chú thích rõ tác giả của một câu trích dẫn ông dùng trong bài thuyết trình của mình. Nhưng vào thời điểm đó, sơ suất đó gần như làm khơi dậy một làn sóng bất bình, Biden và cố vấn của ông không thể tìm thấy lối thoát cho tình huống khó khăn đó. Do vậy họ bỏ cuộc. Mười tám năm sau, Biden kể lại sự cố ngày trước. Thật đáng xấu hổ. Nếu như năm 1988 ông ta nhận ra rằng mình đang ở trong một tình huống không còn gì để mất, ông đã có thể thay đổi toàn bộ chiến dịch. Nếu Joe Biden xoay chuyển tình thế bằng cách cố gắng vượt qua điểm thử thách, ông ấy đã có thể bỏ xa đối thủ của mình.

Khi một đứa trẻ ngừng chơi bóng đá hoặc bỏ tập karate, không phải vì cô bé đã cẩn thận xem xét những hậu quả lâu dài cho hành động của mình. Cô bé làm vậy vì huấn luyện viên liên tục trách phạt làm cho cô bé cảm thấy chán nản. Cô bé nghĩ tốt hơn hết là bỏ cuộc.

Hầu hết mọi người đều bị tác động bởi khó khăn trước mắt hơn là

lợi ích lâu dài. Đó là lý do tại sao chúng ta cần phải đặc biệt chú trọng nhấn mạnh đến các lợi ích lâu dài của việc không bỏ cuộc. Bạn nên hình dung ra viễn cảnh tươi sáng sau khi bạn đã vượt qua điểm thử thách, nó sẽ trở thành động lực giúp bạn vượt qua những thử thách hiện thời.

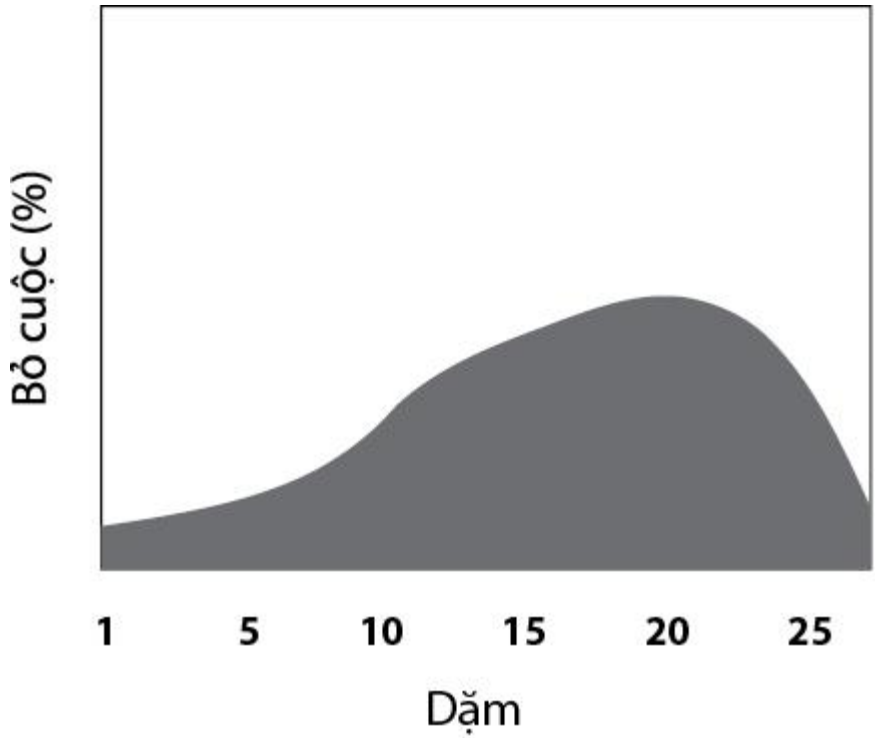
Việc nỗ lực vươn lên trong một lớp học tệ hại sẽ trở nên dễ dàng hơn nếu bạn hình dung đến ngày tốt nghiệp. Việc nghĩ đến điểm số cũng là một động lực mạnh mẽ. Nếu bạn có thể theo dõi được thứ hạng của mình trên trang xếp hạng Alexa(18), trong lớp, trên thị trường hoặc doanh thu của mình trong tổng số đơn đặt hàng của nhóm, hãy không ngừng cố gắng vươn đến vị trí số một.

18 Alexa Internet, Inc: Một công ty chi nhánh của Amazon.com, nổi tiếng là trang cung cấp thông tin về lưu lượng truy cập đến các website khác. Hiện nay Alexa là trang web uy tín nhất trong trong việc thống kê và thông tin về lưu lượng truy cập website hiện nay.

Không có ai bỏ cuộc ở dặm thứ 25 trong giải việt dã Boston(19)

19 Boston Marathon: Giải việt dã thường niên lâu đời nhất thế giới do liên đoàn việt dã thế giới tổ chức. Hàng năm giải quy tụ gần 25.000 vận động viên tham gia, đường đua chạy qua 8 thành phố lớn nhỏ lân cận trung tâm Boston. Cuộc đua việt dã thường dài khoảng 42.195 mét, dặm thứ 25 tương đương hơn 40.000 mét.

Không khó để hình dung ra biểu đồ diễn tả sự bỏ cuộc trong cuộc đua. Bạn có thể dùng hình minh họa dưới đây:



Điểm thử thách cách đích đến không bao xa.

Nếu bạn nhìn thấy đám đông đang hò reo trước mắt thì hãy nhanh chóng hoàn tất đoạn đường còn lại.

Ai lại bỏ cuộc khi đích đến đã ở ngay trong tầm mắt?

Những người kiên định có thể nhìn thấy ánh sáng cuối đường hầm mà những người khác không thể thấy. Đồng thời, những người sáng suốt cũng phải nhận biết thực tế chứ không tưởng tượng ra vùng ánh sáng không có thật.

Nếu bạn làm cho tờ báo của một thành phố lớn, bạn có thể thấy rằng sẽ không có ánh sáng ở cuối con đường. Thực tế trước mắt là số lượng phát hành đang giảm dần và nó sẽ giảm nhanh hơn bao giờ hết. Nhìn chung báo giấy có ít tiềm năng hơn so với báo mạng. Kết quả là mỗi ngày trôi qua, số lượng báo giấy bán ra càng thấp hơn. Hàng ngày, bạn mắc kẹt trong quyết định thiếu khôn ngoan cho sự nghiệp của mình. Chuyên môn của bạn ngày càng mai một trong khi những kỹ năng mới bạn học được lại chẳng có giá trị thiết thực lâu dài. Lý do duy nhất khiến bạn còn trụ lại là bạn chưa sẵn sàng đối diện với khó khăn trước mắt nếu bạn bỏ việc.

Những người chiến thắng hiểu được rằng chấp nhận khó khăn hiện tại sẽ loại bỏ rất nhiều trở ngại về sau.

Lý do tương tự đối với việc quản lý doanh nghiệp. Quyết định bỏ cuộc hay không là một đánh giá khá đơn giản: trở ngại tại điểm thử thách có xứng đáng để bạn đánh đổi với lợi ích từ ánh sáng cuối đường hầm hay không?

Nếu không đạt được vị trí số một thế giới, hãy từ bỏ ngay bây giờ!

Hãy từ bỏ!

Đôi lúc, từ bỏ là quyết định đúng đắn. Bỏ cuộc thường xuyên cũng không phải là sai.

Bạn nên bỏ cuộc nếu bạn đang đi trên một ngõ cụt, nếu bạn đối diện với bờ vực, nếu dự án bạn đang kẹt lại ở một điểm thử thách không đáng để đánh đổi với những thành quả về sau. Từ bỏ những việc không đi đến đâu là điều rất cần thiết nếu bạn muốn theo đuổi những điều đúng đắn. Bạn không thể có đủ thời gian, đam mê và nguồn lực để theo đuổi cả hai.

Từ bỏ một phương thức khác với từ bỏ một chiến lược

Phương châm của tôi có vẻ hơi "ngược đời", nhưng tôi ủng hộ việc bỏ cuộc. Đừng ngần ngại khi phải bỏ cuộc, hãy biết từ bỏ càng nhiều càng tốt.

Tuy nhiên, bạn cần phải nhớ rằng đừng đầu hàng và ngừng theo đuổi chiến lược lâu dài của bạn (trong sự nghiệp, thu nhập, các mối quan hệ hay doanh số), nhưng hãy từ bỏ phương thức không phù hợp.

Thoát khỏi ngõ cụt không phải là một thất bại về tư tưởng. Đó là một hành động khôn ngoan. Nhìn thấy bờ vực từ xa không phải là một biểu hiện của sự yếu đuối mà thay vào đó, nó đại diện cho sự dũng cảm và tầm nhìn thật sự. Nó giải phóng nguồn sức mạnh mà bạn có thể dùng để vượt qua điểm thử thách.

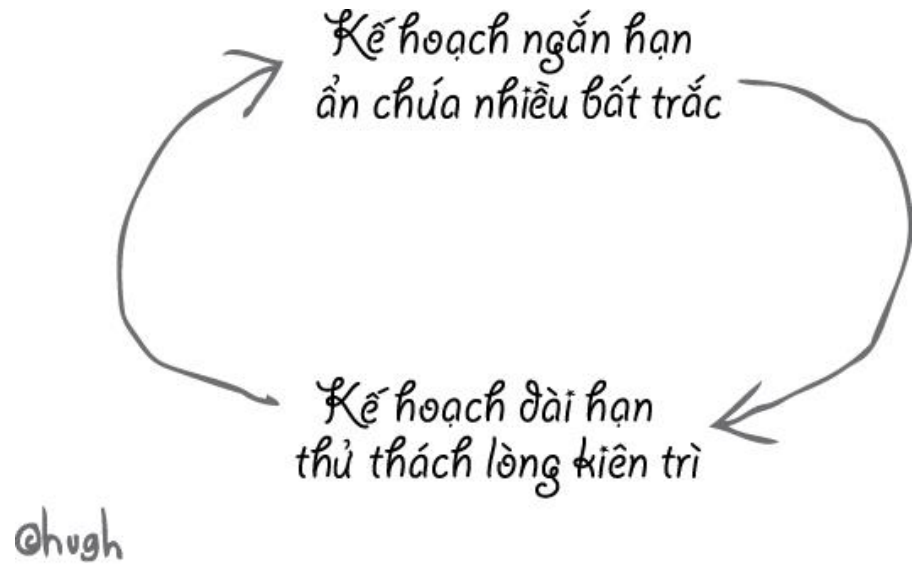
Tiếng nói của lý trí

Ngay tại thời điểm này, tôi biết chắc bạn đang có một cuộc độc thoại nội tâm chỉ toàn những lời biện minh, giải thích. Bạn giải thích cho chính mình tại sao những ngõ cụt mà bạn đang đi vào không phải là ngõ cụt. Bạn bào chữa cho những kết quả trung bình mà công ty bạn đang làm vì đó là điều tốt nhất bạn có thể thực hiện được ở hoàn cảnh đó. Đơn giản là bạn không muốn từ bỏ, bởi chuyện đó không vui vẻ gì. Nhưng đó là việc bạn nên làm. Bạn phải làm việc đó!

Hoặc là bạn mãi mãi chỉ là một người không ai biết đến.

Hãy xem từ bỏ là một chiến lược thông minh

Doug vừa mới được thăng chức. Anh là nhân viên của một công ty phần mềm ở Indiana, và hơn 14 năm qua, anh đã làm rất nhiều công việc khác nhau. Trong bảy tám năm đầu tiên, Doug làm việc ở bộ phận bán hàng và phát triển doanh nghiệp. Anh quản lý cả hệ thống Microsoft, bay đến Redmond, Washington sáu tuần một lần hoặc hơn. Điều đó gây khó khăn cho gia đình anh, nhưng Doug thật sự chuyên tâm vào công việc và đã làm rất tốt.



Hai năm trước, Doug được thăng chức vượt bậc. Anh được giao nhiệm vụ quản lý toàn bộ phòng ban gồm 150 người và là bộ phận lớn thứ hai trong công ty. Doug nhận công việc mới một cách hào hứng. Bên cạnh việc bỏ thêm nhiều thời gian cho những chuyến đi, anh cũng hoàn thành rất xuất sắc công việc quản lý nội bộ.

Xuất phát từ rất nhiều lý do mà một tháng trước, Doug được bổ nhiệm sang phụ trách một lĩnh vực khác - một nhóm chuyên về báo cáo phân tích. Bây giờ, anh phụ trách những mối quan hệ chiến lược của công ty. Doug được mọi người trong công ty kính nể, anh hoàn thành tốt mọi trọng trách và kiếm được rất nhiều tiền.

Hãy tưởng tượng xem bạn sẽ nói gì với anh ấy. "Anh trụ ở đây cũng hơi lâu rồi đấy, anh bạn".

Doug sẽ không thích điều bạn nói. "Vâng, tôi làm ở đây đã 14 năm, nhưng tôi đã đảm nhận bảy chức vụ khác nhau. Khi tôi đến đây làm, chúng tôi mới chỉ bắt đầu sự nghiệp, nhưng giờ đây chúng tôi đã là một chi nhánh của Cisco. Tôi vừa được giao một thử thách mới, và cuộc hành trình vẫn còn rất tuyệt …"

Nào ngắt lời anh ấy đi.

Doug cần phải rời đi vì một lý do rất đơn giản. Anh ấy đã có tên tuổi. Mọi người trong công ty đều ao ước có được một vị trí như Doug, làm được những việc mà anh đã làm. Câu chuyện về người làm nên sự nghiệp bắt đầu từ một nhân viên ở phòng phát thư nghe có vẻ rất hấp dẫn, nhưng trên thực tế mọi việc không đơn giản như vậy. Doug đã chạm đến điểm thử thách. Anh ấy sẽ không được thăng chức lên vị trí tổng giám đốc. Bất kể những thành tích đạt được từ trước đến nay, Doug đã "hết thời", ít nhất là trong mắt của những người có quyền lực trong công ty.

Nếu anh ấy rời công ty đang làm và gia nhập vào một công ty khác, anh ấy sẽ được khám phá khả năng của bản thân một lần nữa. Không ai trong công ty mới biết được một Doug trẻ trung của mười năm trước. Họ sẽ cư xử với anh như một Doug hoàn toàn mới, một Doug với vô số những điểm tốt mà chẳng biết nhiều về quá khứ của anh.

Các bậc phụ huynh của chúng ta tin rằng chúng ta nên gắn bó với một công việc trong năm năm, mười năm hoặc thậm chí là cả cuộc đời. Nhưng trong một thế giới nơi mà những công ty cứ xuất hiện rồi lại chìm vào lãng quên - nơi mà họ tạo dựng nên cả một gia tài từ con số 0 và rồi lại biến mất, tất cả chỉ trong vài năm - thì việc gắn bó mãi với một công việc cố định là điều bất hợp lý.

Đây là giải pháp, và cũng là điều mà tôi nói với Doug: Thời điểm để tìm kiếm một công việc mới là khi bạn cảm thấy không cần phải thay đổi. Thời điểm để thay đổi công việc là trước khi bạn cảm

thấy mãn nguyện với mọi thứ. Hãy tiến về phía trước, làm mới chính mình và tạo nên bước đột phá. Hãy thử thách bản thân mình, biến mình thành người có ích cho công việc, mang lại cho bản thân sự tán thưởng từ người khác. Đó là một món nợ bạn phải trả lại cho sự nghiệp của mình.

Nếu công việc của bạn đang rơi vào ngõ cụt, bạn phải từ bỏ hoặc chấp nhận một sự thực là sự nghiệp của mình đã kết thúc.

Từ bỏ không phải là thất bại

Từ bỏ có chiến lược là một quyết định đã được cân nhắc dựa trên những sự lựa chọn có sẵn. Nếu bạn nhận thấy mình đang ở ngõ cụt, trong khi khả năng của bạn còn hơn thế nữa thì từ bỏ không chỉ là một sự lựa chọn hợp lý mà còn là một quyết định rất thông minh.

Trái lại, thất bại đồng nghĩa với việc giấc mơ của bạn đã kết thúc. Nếu bạn chỉ chấp nhận từ bỏ khi không có sự lựa chọn nào khác hoặc bạn từ bỏ quá nhiều đến nỗi bạn đã sử dụng hết thời gian và nguồn lực của mình nghĩa là bạn đã thất bại.

Bạn sẽ không muốn thừa nhận là mình thất bại. Nếu vậy thì từ bỏ chính là phương án tuyệt vời để không thất bại.

Ngoan cố không phải là một giải pháp khôn ngoan, vì vậy hãy từ bỏ

Để đạt được mục tiêu, mọi người thường gồng mình đương đầu với mọi thử thách mà không lường trước sức mình. Sự ngoan cố hiếm khi giúp bạn đạt được thành công. Bạn cần phải biết rằng một thứ hạng trung bình thường khó trụ vững trên thị trường bởi những người cầm quân kém cỏi thường đưa đội quân của mình lâm vào ngõ cụt. Việc ngoan cố chống chọi với khó khăn cũng đồng nghĩa với việc phí phạm thời gian và nguồn lực của mình. Trong trường hợp sự lựa chọn cuối cùng là phải chịu đựng thì từ bỏ là giải pháp tối ưu.

Từ bỏ tốt hơn đối đầu vì nó đem lại cho bạn cơ hội tỏa sáng ở một sân chơi khác.

“Đừng bao giờ từ bỏ”!

Thật là một lời khuyên không mấy hay ho! Lẽ nào không nên từ bỏ thói quen đái dầm? Lẽ nào không nên từ bỏ công việc phục vụ tại Burger King(20) mà bạn làm thêm khi còn đi học? Hay không

nên từ bỏ việc bán một thứ sản phẩm đã lỗi thời?

20 Burger King: Chuỗi cửa hàng lớn thứ 2 của ngành thực phẩm ăn nhanh thế giới.

Hãy suy nghĩ lại một chút. Không phải ai đó đã nói từ bỏ là một ý tồi sao?

Thực ra, bỏ cuộc ngay khi gặp phải những khó khăn đầu tiên là một ý tồi. Từ bỏ vì lợi ích lâu dài lại là một chủ kiến hay.

Tôi cho rằng người đưa ra lời khuyên muốn nói "đừng bao giờ từ bỏ thứ gì đó có tiềm năng lâu dài chỉ bởi vì bạn không thể giải quyết được những rắc rối hiện thời". Đó mới đúng là một lời khuyên sáng suốt.

Niềm kiêu hãnh là kẻ thù của một người muốn từ bỏ một cách thông minh

Richard Nixon(21) đã hy sinh mạng sống của mấy chục ngàn người vô tội (ở cả hai chiến tuyến) khi ông từ chối việc chấm dứt chiến tranh ở Việt Nam. Nguyên nhân duy nhất mà ông không ngưng cuộc chiến sớm hơn chính là lòng kiêu hãnh. Cũng chính sự kiêu hãnh đó đã buộc một người phải tiếp tục làm một công việc trong vòng mấy năm mặc dù mọi thứ đã trở nên không còn thú vị và hấp dẫn nữa. Chính niềm kiêu hãnh đó đã khiến một nhà hàng vẫn duy trì hoạt động dẫu biết rằng công việc kinh doanh đang dậm chân tại chỗ.

21 Richard Milhous Nixon (1913 – 1994): Tổng thống thứ 37 của Hoa Kỳ, nhiệm kỳ phục vụ từ 1969 đến 1974.

Khi bạn đối mặt với ngõ cụt, lý do bạn tiếp tục theo đuổi mục tiêu trong vô vọng là gì? Có phải bạn quá kiêu hãnh đến nỗi không thể từ bỏ?

Có một lý do khiến mọi người cảm thấy thật sự thoải mái sau khi họ từ bỏ một việc không có kết quả, đó là khi họ khám phá ra rằng dẹp bỏ sự kiêu hãnh của mình không phải là việc quá nghiêm trọng. Bạn lấy hết can đảm để từ bỏ, chuẩn bị tinh thần để đối diện với tiếng thét của cái tôi sẽ bị xé ra thành từng mảnh, và rồi mọi thứ lại trở lại bình thường.

Nếu lòng kiêu hãnh là thứ duy nhất ngăn cản bạn không từ bỏ, nếu không có điểm thử thách nào phải vượt qua, thì có thể bạn đang lãng phí rất nhiều thời gian và tiền bạc để bảo vệ cho một

đặc tính có khả năng phục hồi rất nhanh của con người.

Trường Y Harvard không phải là lý do để theo đuổi (Hãy bỏ qua những chi phí chìm!)

Nhà văn Michael Crichton(22), tác giả của rất nhiều tác phẩm bán chạy đã chọn cách từ bỏ khi ông đang lên đến đỉnh cao của sự nghiệp. Ông từ bỏ nghề y sau khi đã tốt nghiệp Trường Y Harvard và hoàn thành nghiên cứu sinh tiến sĩ tại Viện nghiên cứu sinh học Salk. Những gì đã có trong tay tại thời điểm đó có thể đảm bảo cho Michael Crichton một sự nghiệp xán lạn của một bác sĩ hoặc một nhà nghiên cứu, nhưng ông đã đánh đổi nó để lấy một tương lai không thể đoán trước khi trở thành một nhà văn.

22 John Michael Crichton (1942 – 2008): Nhà văn, nhà sản xuất phim, đạo diễn phim, bác sĩ y khoa người Mỹ.

Crichton không có đủ can đảm để trở thành một bác sĩ phẫu thuật, và bất kể mọi thành công đã đạt được, ông nhận ra rằng mình sẽ không cảm nhận được niềm vui mà nghề y mang lại. Do đó, ông từ bỏ. Crichton nhận ra rằng chỉ vì ông đã bước chân vào Harvard, đã nhận được học bổng - nghĩa là ông đã vượt qua điểm thử thách - không có nghĩa là ông phải dành hết phần đời còn lại của mình cho công việc mà ông không thực sự yêu thích chỉ để bảo toàn niềm kiêu hãnh của bản thân.

Và khi phải lựa chọn, Crichton đã quyết định từ bỏ tất cả và bắt đầu lại từ đầu. Nếu ông ấy có thể từ bỏ thì bạn có thể làm được không?

Ba câu hỏi trước khi quyết định từ bỏ

Nếu bạn đang nghĩ đến việc từ bỏ (hoặc không từ bỏ), tức là bạn đã thành công. Và tôi cũng đã thành công khi viết cuốn sách này. Bước đầu tiên để trở thành một sự lựa chọn hoàn hảo là nhận ra rằng từ bỏ là một chiến lược đáng để bạn cân nhắc. Bước tiếp theo, hãy tự đặt ra ba câu hỏi sau.

Câu hỏi số 1: Có phải tôi đang sợ hãi?

Từ bỏ không phải là sợ hãi. Chúng ta không thể biết trước được điều gì sẽ làm ta sợ hãi. Sự sợ hãi thường tấn công chúng ta chỉ trong khoảnh khắc.

Từ bỏ trong trạng thái hoảng sợ là một quyết định liều lĩnh và có thể phải trả giá đắt. Người bỏ cuộc thông minh, như chúng ta đã

thấy, là những người biết trước khi nào họ sẽ từ bỏ. Từ bỏ vào lúc nào hoàn toàn do bạn quyết định, do đó hãy đợi đến khi bạn đủ bình tĩnh để quyết định mọi chuyện.

Khi khó khăn là nguyên nhân chính dẫn đến sự thỏa hiệp, trì trệ, sự tự hài lòng cũng là lúc chúng ta ít muốn xét đến khả năng từ bỏ. Quyết định từ bỏ việc gì đó thường được đưa ra chỉ trong tích tắc. Nhưng những quyết định thiếu suy xét đó thường là những quyết định sai lầm. Lý do nhiều người trong chúng ta bỏ cuộc tại điểm thử thách là vì chúng ta thiếu định hướng. Khi đó, giải pháp đơn giản nhất là buông xuôi – đó cũng là con đường bằng phẳng nhất nhưng ít dẫn đến thành công nhất.

Câu hỏi số 2: Tôi đang cố gắng gây sức ảnh hưởng tới ai?

Bạn đang cố gắng thành công trong một thị trường, tìm một công việc hay rèn luyện thể lực?

Nếu bạn đang cân nhắc khả năng từ bỏ, chắc hẳn là vì bạn đang không thành công với những nỗ lực hiện thời. Nếu bạn đã gọi cho một khách hàng rất nhiều lần mà không có kết quả, bạn sẽ phát cáu lên và nghĩ đến việc từ bỏ. Nếu bạn có một ông chủ không tài nào khá lên được, bạn sẽ nghĩ đến chuyện bỏ việc. Và nếu bạn là một nhà tiếp thị đang phải chào hàng một sản phẩm không được bắt mắt cho lắm, bạn sẽ tự hỏi liệu bạn có nên bỏ và đầu tư vào một mặt hàng khác.

Nếu bạn đang cố gắng gây sức ảnh hưởng với chỉ một người, hãy nhớ là sự kiên trì cũng phải có giới hạn. Ranh giới giữa một người chào hàng tận tụy và một kẻ phiền phức là rất mong manh. Nếu bạn vẫn chưa tạo ra được sức ảnh hưởng sau một thời gian dài nỗ lực, có thể đã đến lúc bạn nên bỏ cuộc.

Phản ứng của một cá nhân hay một tổ chức sẽ khác với phản ứng của cả một thị trường. Mỗi người đều có một kế hoạch riêng cho sự nghiệp và có quan điểm khác nhau. Mỗi cá nhân hoàn toàn độc lập trong quyết định của mình và nếu muốn thành công, bạn sẽ phải tìm cách thay đổi lối suy nghĩ của họ. Thay đổi quyết định của một ai đó rất khó, nếu không muốn nói là không thể.

Nếu bạn đang cố gắng để xoay chuyển cả một thị trường, luật chơi sẽ khác. Chắc chắn vài người trong số đó đã coi trọng bạn (hoặc ngược lại không chấp nhận bạn). Nhưng hầu hết mọi người thậm chí chưa từng nghe nói đến bạn. Thị trường không hoạt động theo một ý kiến của một cá nhân nào cả. Trong cùng một thị trường,

mỗi nhà đầu tư sẽ tìm kiếm những sân chơi khác nhau.

Sergey Brin – người đồng sáng lập Google – đã nói với tôi: "Chúng tôi tin chắc rằng Google sẽ không ngừng được nâng cấp mỗi ngày. Không sớm thì muộn, mọi người sẽ thử dùng sản phẩm của chúng tôi. Nếu bạn tiếp xúc với nó càng muộn, tình thế lại càng có lợi cho chúng tôi vì những sản phẩm thế hệ sau sẽ khắc phục được những điểm yếu của những sản phẩm trước đó, và như vậy khả năng chúng tôi chinh phục khách hàng càng cao. Vì lý do đó mà chúng tôi không bao giờ vội vã hối thúc bạn sử dụng sản phẩm của chúng tôi ngay hôm nay. Ngày mai luôn mang lại kết quả tốt đẹp hơn".

Việc gây ảnh hưởng đến một người cũng khó khăn như việc phải nhảy qua một bức tường. Nếu bạn vượt qua được chỉ trong vài lần thử đầu tiên, bạn hài lòng với việc mình đã làm. Nếu không, bạn sẽ có cảm giác như bức tường mỗi lúc một cao hơn sau mỗi lần thất bại.

Mặt khác, việc gây ảnh hưởng đến một thị trường có thể được so sánh với việc vượt qua một ngọn đồi chứ không phải là nhảy qua một bức tường. Bạn có thể tiến lên từng bước một, mỗi khi bạn vươn lên tới một tầm cao mới, mọi thứ lại trở nên dễ dàng hơn. Những cá nhân, tổ chức trong thị trường thường ảnh hưởng lẫn nhau. Do đó mỗi bước tiến của bạn thực chất đã được lan rộng.

Câu hỏi số 3: Những nỗ lực của tôi đã mang lại kết quả như thế nào?

Nếu bạn đang cố gắng thành công trong một công việc, một mối quan hệ hoặc một nhiệm vụ, có ba khả năng sẽ xảy ra: tiến lên phía trước, tụt lại phía sau hoặc dậm chân tại chỗ.

Để đến được với ánh sáng cuối đường hầm, bạn phải tiến về phía trước, dù chỉ là chút ít. Chúng ta thường xuyên lâm vào những tình huống mà bỏ cuộc dường như là một lựa chọn quá hèn nhát, do đó chúng ta bám trụ lại. Thật ra đó là một sự lãng phí. Bạn có thể sử dụng thời gian của mình hiệu quả hơn, mang lại nhiều điều tốt đẹp hơn cho cuộc sống của bạn.

Nhưng tiến triển thấy rõ không nhất thiết phải là một lời khen hay một sự thăng tiến. Sự tiến bộ đó tuy có thể khó nhận thấy nhưng ít nhất nó phải có những dấu hiệu rõ rệt cho thấy bạn đã vượt qua được thử thách. Khó khăn ở đây là bạn phải tìm ra những cột mốc mới để đánh giá sự tiến bộ của mình.

Nếu sở hữu một doanh nghiệp nhỏ và đang làm cho một vài

khách hàng cảm thấy hài lòng, bạn hãy cứ tiếp tục duy trì công việc của mình, bởi vì theo thời gian những khách hàng đó sẽ mang đến cho bạn những khách hàng mới. Bạn có thể nhìn thấy được sự tiến bộ của mình qua sự giới thiệu của khách hàng và năng suất bán hàng. Sự nhất quán của bạn và món quà từ thị trường, tất cả những thứ đó đã đủ để chứng minh rằng những nỗ lực của bạn đã được đền đáp xứng đáng. Ngược lại, nếu việc làm ăn của bạn không được mọi người hưởng ứng, không có những khách hàng mới và không tiến triển gì, vậy thì tại sao bạn lại gắn bó với nó?

Khi bạn đang cố gắng ảnh hưởng đến cả một thị trường, nếu bạn không bỏ cuộc, nhiều khả năng bạn sẽ thu được lợi ích đáng kể. Bạn nên sẵn sàng từ bỏ một chiến thuật quảng cáo không hiệu quả hoặc một đặc tính của sản phẩm nào đó không hấp dẫn khách hàng. Tuy nhiên, định hướng của bạn đối với nhu cầu thị trường phải luôn luôn kiên định. Việc khẳng định vị thế của bạn trong một thị trường dễ dàng hơn và ít tốn kém hơn so với việc bắt đầu lại từ đầu ở một thị trường khác, thay đổi không ngừng cho đến khi tìm thấy một thị trường thành công.

Hãy dành thời gian suy ngẫm thật kỹ trước khi đưa ra quyết định. Từ bỏ một công việc không phải là từ bỏ hành trình đi tìm lẽ sống, tìm sự khác biệt hay sự ảnh hưởng. Từ bỏ một công việc không có nghĩa là đầu hàng. Một công việc chỉ là một phương án, một con đường để đạt được điều bạn muốn. Khi công việc của bạn lâm vào ngõ cụt, từ bỏ là việc có thể hiểu được. Khi đó, việc từ bỏ mở ra cho bạn cánh cửa tiến vào một thị trường mới lớn hơn. Bạn nên nhớ rằng mỗi ngày chờ đợi sẽ khiến cho mục tiêu của bạn càng xa vời hơn.

Quy luật này vẫn đúng với một công ty, một tập đoàn. Bạn không khẳng định doanh nghiệp mình bằng các chiến thuật. Thay vào đó, những nỗ lực của cả một tập thể trong quá trình chinh phục mục tiêu sẽ quyết định sự thành bại của công ty. Nếu bạn không tìm ra giải pháp thích hợp để vượt qua điểm thử thách, bạn bắt buộc phải chuyển sang phương án khác, đó cũng chính là lúc bạn hướng đến một mục tiêu lớn hơn.

Những người *gây được tiếng vang lớn* trong cả một thị trường thường là những tấm gương sáng về tinh thần kiên trì vượt qua khó khăn. Nếu bạn biết câu chuyện về một tác giả bị từ chối ba mươi lần trước khi được ký hợp đồng với một nhà xuất bản hoặc một cô gái kiên trì ẩn nhẫn gần mười năm làm việc trong một tiệm cà phê, bạn sẽ hiểu sự kiên trì đã *chinh phục* thị trường như

thế nào.

Ngược lại, bạn có bao giờ nghe kể về một người gắn bó với một công việc không có tương lai, một mối quan hệ chẳng đi đến đâu hoặc một công việc bán hàng không hề sinh lợi cho đến một ngày nọ, đối tác của họ bỗng nói: "Ồ, tôi thật sự ngưỡng mộ sự kiên trì của anh, chúng ta hãy cùng hợp tác với nhau."? Việc đó không bao giờ xảy ra.

Từ bỏ trước khi bắt đầu

Đây là bài tập dành cho bạn: hãy viết ra mọi thứ. Viết ra những thứ bạn sẵn sàng từ bỏ. Khi nào bạn sẵn sàng từ bỏ. Và hoàn cảnh nào thì bạn quyết tâm theo đuổi.

Quyết định trước thời điểm bạn sẽ từ bỏ

Đây là một câu nói của một vận động viên marathon kỳ cựu Dick Collins:

Hãy quyết định trước cuộc đua điều gì sẽ khiến bạn phải dừng lại và bỏ cuộc. Bạn không muốn đứng ngoài kia rên rỉ: "À chân tôi bị đau, tôi bị mất nước một chút, tôi buồn ngủ, tôi mệt, còn thời tiết lại lạnh và gió lớn" để rồi tự nói với mình hãy bỏ cuộc. Nếu bạn quyết định dựa trên cảm giác của mình vào lúc đó, nhiều khả năng bạn sẽ phạm sai lầm.

Đó là quy tắc đầu tiên. Nên nhớ rằng việc từ bỏ có thể giúp bạn đưa ra sự lựa chọn khôn ngoan trong một thị trường, để làm được điều này bạn nên vạch ra chiến lược từ bỏ *trước khi* những bất lợi ập đến.

Các chủ đầu tư thường yêu cầu ban điều hành vạch ra kế hoạch trong trường hợp công ty họ hết vốn. Bởi vì bất kỳ cá nhân, tập thể nào muốn sử dụng việc bỏ cuộc như một công cụ cạnh tranh, họ phải có kế hoạch cụ thể về thời điểm từ bỏ. Đây là chiến thuật kinh doanh rất thông minh.

Nếu bỏ cuộc khi đối diện với điểm thử thách là một ý tồi, thì từ bỏ khi bạn đang gặp phải ngõ cụt là một ý hay. Điều khó khăn là phải nhận ra được ngõ cụt khi bạn đang thất vọng, mất kiên nhẫn hoặc bế tắc. Đó là lý do vì sao việc xác định giới hạn cho mình trước khi bắt đầu đóng vai trò vô cùng quan trọng.

Bánh xe bị non hơi – Tận dụng điểm thử thách của bạn

Hãy nghĩ đến chiếc lốp xe đạp.

Bơm thêm một lượng khí nhỏ vào lốp xe đang mềm sẽ không tạo ra thay đổi gì rõ rệt. Còn nếu bơm thêm một lượng khí nữa vào chiếc lốp xe đã bơm căng sẽ làm nó nổ. Thế là mọi cố gắng của bạn đều phá sản. Một lượng áp suất dù nhỏ nhưng được thêm vào không đúng thời điểm có thể phá hỏng mọi thứ.

Khi bơm một lượng khí nhỏ vào ruột xe, có thể nó vẫn còn non hơi. Một sự thay đổi áp suất nhỏ không đủ giúp bánh xe căng hơi. Tuy nhiên, nếu gia tăng áp suất thêm một chút nữa, bánh xe sẽ có nguy cơ bị nổ. Rõ ràng, một lượng áp suất vừa đủ sẽ giúp bánh xe chạy bon bon trên đường.

Nếu bạn bước vào một thị trường quá rộng lớn so với nguồn lực mà bạn có, thất bại là điều khó tránh khỏi. Chiến lược quảng cáo của bạn tiêu tan, sản phẩm của bạn không tạo được tiếng vang trên thị trường. Hãy cân nhắc kỹ càng trước khi giới thiệu một thương hiệu kẹo cao su trong một thị trường đại chúng. Cũng giống như việc thêm vào một lượng không khí ít ỏi cho một chiếc bánh xe bị xẹp, giới thiệu một sản phẩm mới vào một thị trường quá rộng sẽ không có nhiều kết quả. Bạn không thể tạo nên đủ áp lực và bạn không bao giờ đi đến điểm thử thách.

Khi Sara Lee cố gắng thâm nhập vào thị trường máy pha cà phê gia đình với nhãn hiệu Senseo, họ không có đủ nguồn lực để vượt qua điểm thử thách, hay ít nhất là không thể làm được điều đó ở thị trường Mỹ.

Ở Hà Lan, một thị trường nhỏ hơn Mỹ rất nhiều, Senseo đã chiếm được 40% thị phần. Điều đó cho thấy ở một thị trường khiêm tốn hơn, họ đã tạo được áp suất vừa đủ cho chiếc lốp xe của mình. Ở Mỹ, chỉ có 1% các hộ gia đình sử dụng Senseo. Thị trường quá lớn mà nguồn lực lại hạn chế. Họ đã mắc kẹt tại điểm thử thách.

Vì có quá ít người Mỹ dùng Senseo nên không mấy ai nói về nó. Rất ít cửa hiệu quảng cáo. Và Senseo không thể đạt được một tầm ảnh hưởng đáng kể. Sara Lee không có đủ nguồn lực để quảng bá thương hiệu của mình trên một diện rộng.

Tóm lại, hãy xác định xem bạn có sẵn bao nhiêu áp suất và rồi chọn cho mình loại bánh xe phù hợp.

Bạn đang ngạc nhiên

Sao bạn lại lãng phí nguồn lực của chính mình như thế?

Bạn và công ty của bạn có thể thay đổi mọi thứ: đưa ra một sản phẩm hoặc một dịch vụ tạo được tiếng vang, đón trước những mong đợi của người tiêu dùng, trở thành một sự lựa chọn hoàn hảo.

Sao bạn lại lãng phí nguồn lực của mình vì đã phân phối nó quá mỏng?

Sao bạn lại hài lòng với thứ hạng khiêm nhường chỉ bởi vì bạn quá bận rộn giải quyết quá nhiều việc trong lịch trình của mình, chạy đua với thời gian để hoàn thành mọi thứ đúng thời hạn.

Bài học ở đây rất đơn giản: nếu bạn đã đạt được những thứ mình muốn, hãy sử dụng nó. Sử dụng nó để trở thành một cá nhân xuất sắc, để thay đổi cuộc chơi, để làm cho những người khác phải chơi theo luật của bạn. Bạn chỉ có thể làm điều đó bằng cách tổ chức lại nguồn lực của mình để vượt qua điểm thử thách lớn nhất có thể. Để vượt qua giai đoạn khó khăn đó, bạn sẽ cần phải từ bỏ những thứ khác. Nếu bạn không thể giảm chi phí, hãy từ bỏ ngay bây giờ và sử dụng khoảng trống đó để tìm cho mình năng lượng giúp bạn chinh phục điểm thử thách một cách ngoạn mục.

Hãy tiến về phía trước và tạo nên sự đột phá.

Các câu hỏi

Đây là điểm thử thách, bờ vực hay ngõ cụt?

Nếu đây là ngõ cụt, làm thế nào để biến nó thành điểm thử thách?

Liệu sự kiên nhẫn của tôi có được đền đáp xứng đáng sau một chặng đường dài phấn đấu hay không?

Tôi có đang liên kết với một người nào đó (hoặc một tổ chức), hay hành động của tôi ở hoàn cảnh này có đủ sức ảnh hưởng đến cả một thị trường hay không?

Khi nào thì tôi nên từ bỏ? Tôi cần quyết định bây giờ, chứ không phải đợi đến lúc không còn chút hy vọng nào nữa mới từ bỏ.

Nếu tôi từ bỏ công việc này, điều đó có giúp tôi tăng thêm sức mạnh để chinh phục những điểm thử thách khác quan trọng hơn không?

Nếu trước sau gì tôi cũng từ bỏ, tôi có thể làm được gì để thay đổi tình thế hay không?

Tôi có nên cố gắng để trở thành nhân viên của IBM? Tôi có nên cố sức để được trở thành khách mời của Oprah?

Dự án này có khả năng trở thành một sự lựa chọn hoàn hảo không?

Ai quyết định *hoàn hảo* nghĩa là gì?

Chúng ta có thể làm cho *thế giới* nhỏ hơn không?

Chúng ta có nên nộp sơ yếu lí lịch cho mỗi tin tuyển dụng trên Craiglist(23), chỉ để xem chuyện gì sẽ xảy ra?

23 *Trang web cung cấp dịch vụ quảng cáo, tuyển dụng, tìm việc làm… ở Mỹ.*

Nếu tôi thích việc mình đang làm, đó có phải là lúc nên từ bỏ không?

Liệu không làm gì có hay hơn là lên kế hoạch để từ bỏ và rồi tiếp tục làm gì đó tốt hơn?

Bạn có đang tránh né việc tạo ra một bước đột phá bằng cách từ bỏ nửa vời?

Nếu điều gì đó làm bạn cảm thấy sợ, đó có thể là cơ hội tốt để bạn thử thách bản thân mình.

Đầu tư tất cả nguồn lực vào một mục tiêu quá tầm không bao giờ giúp bạn thành công

Tất cả thành công của chúng ta đều giống nhau, và thất bại cũng vậy.

Chúng ta thành công khi làm được điều gì đó thật sự nổi bật.

Chúng ta thất bại khi bỏ cuộc quá sớm.

Chúng ta thành công khi chúng ta trở thành một cá nhân xuất sắc.

Chúng ta thất bại khi chúng ta phân tán nguồn lực cho những việc mà ta không có đủ can đảm từ bỏ.

Lời cảm ơn

Đây thật sự là một quyển sách rất ngắn. Viết ngắn thường khó viết nhưng các bạn chính là nguyên nhân khiến tập sách này ra đời. Tôi tin rằng độc giả của tôi là những người am tường về văn hóa đọc. Các bạn đã giúp tôi nhận ra một bài học quan trọng: Chỉ nên dùng những lời văn cô đọng nhất.